



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS  
INTERNACIONALES BILINGÜE**

**TÍTULO**

**EXPORTACIÓN DE FRUTAS CÍTRICAS MARINADAS PARA EL  
MERCADO DE MIAMI, NORTEAMÉRICA**

**AUTORA**

**BENAVIDES LIMONES SUANNY LISBETH**

**TUTORA:**

**ING. QCA. ALCÍVAR AVILÉS MARÍA JOSEFINA, Mgs.**

**Guayaquil, Ecuador**

**2013-2014**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Suanny Lisbeth Benavides Limones**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniería en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

**TUTORA**

---

**Ing. Qca. María Josefina Alcívar Avilés, Mgs.**

**REVISORES**

---

**Eco. David Coello Cazar, Mgs.**

---

**Eco. Glenda M. Gutiérrez Candela, Mgs.**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

---

**Ec. Alcívar Avilés Alcívar Avilés María Teresa, Mgs.**

**Guayaquil, a los 13 del mes de junio del año 2014**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

### **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, **Suanny Lisbeth Benavides Limones**

#### **DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación de Exportación de frutas cítricas marinadas para el mercado de Miami, Norteamérica, previa a la obtención del Título de Ingeniera en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 13 del mes de junio del año 2014**

**AUTORA**

---

**Suanny Lisbeth Benavides Limones**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE

## AUTORIZACIÓN

Yo, **Suanny Lisbeth Benavides Limones**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Exportación de Frutas Cítricas Marinadas para el Mercado de Miami, Norteamérica**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 13 del mes de junio del año 2014**

**LA AUTORA:**

---

**Suanny Lisbeth Benavides Limones**

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero expresar mis sinceros agradecimientos primero a Dios, que es quien me ha llenado de bendiciones y de sabiduría para poder alcanzar mis metas. Luego a mis padres que son los que me han apoyado en todo momento y siempre he podido contar con su ayuda.

También quisiera agradecer a mi jefe el Ing. Freddy Niveló Astudillo, debido a que me ha ayudado y apoyado en lo que he necesitado a lo largo de los últimos años; agradezco por sus consejos y sus enseñanzas impartidas para mi vida profesional.

No puedo dejar de agradecer a la persona que estuvo conmigo ayudándome a terminar este proyecto, mi enamorado Daniel Mazzini le doy gracias por estar para mí siempre y por darme el apoyo y la fortaleza que necesitaba.

Finalmente quisiera dar gracias a los docentes que nos enseñaron y nos transmitieron su conocimiento, los mismos que me servirán a lo largo de mi vida personal y profesional.

**Suanny Lisbeth Benavides Limones**

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar este proyecto de titulación a cada persona que me ha ayudado a lo largo de mi vida y mi carrera universitaria, especialmente a mis padres Berni Benavides Gaibor y Azucena Limones Vega, los cuales estuvieron en todo momento ayudándome e impartiendo sus consejos cuando más los necesitaba.

Por otra parte quiero dedicar de manera especial esta tesis a una persona que formo parte de mi vida como una maestra, amiga y compañera de trabajo en el último año de mi carrera universitaria, Cinthya Shirley Niveló Astudillo, gracias a ella aprendí lo que ahora aplico en mi vida profesional y aunque ya no esté en este mundo, se que siempre me cuidará y me dará fuerzas para alcanzar cada meta que me propongo.

**Suanny Lisbeth Benavides Limones**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

## **TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

Ing. Qca. María Josefina Alcívar Avilés, Mgs.

**PROFESOR TUTOR**

---

Ec. Alcívar Avilés Alcívar Avilés María Teresa, Mgs.

**PROFESOR DELEGADO**

---

Eco. David Coello Cazar, Mgs.

**PROFESOR DELEGADO**

---

Eco. Glenda M. Gutiérrez Candela, Mgs.

**PROFESOR DELEGADO**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**INGENIERÍA EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

**CALIFICACIÓN**

---

**Ing. Qca. María Josefina Alcívar Avilés**

**PROFESOR TUTOR**



# ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	xxi
ABSTRACT .....	xxiii
INTRODUCCIÓN.....	24
CAPÍTULO I.....	25
ANTECEDENTES.....	25
1.1 Problema .....	27
1.2 Justificación .....	28
1.3 Método de la Investigación .....	29
1.4 Definición de las variables .....	29
1.5 Objetivo de la Investigación .....	30
CAPÍTULO II.....	31
MARCO TEÓRICO .....	31
2.1 Marinados.....	31
2.2 Cadena Productiva .....	32
2.3 Condiciones ambientales.....	33
2.4 Estimación de Producción Nacional.....	34
2.5 Relación Comercial con Estados Unidos .....	36
2.6 Organismos Gubernamentales vinculados al Comercio Exterior en Ecuador .....	37
2.7 Marco Legal.....	38
2.8 Registro de Exportador .....	41
2.9 Proceso para exportar .....	42
CAPÍTULO III.....	45

MARCO REFERENCIAL .....	45
3.1 La Empresa .....	46
3.1.1 Estudio Organizacional de la compañía .....	46
3.2 Constitución de la Compañía .....	47
3.2.1 Capital .....	47
3.2.2 Estructura Organizacional .....	49
3.2.3 Administración de la compañía .....	50
3.2.4 Funciones de Áreas y Cargos .....	50
3.3 Exigencias para el desarrollo del proyecto .....	54
3.3.1 Ubicación de la planta .....	54
3.3.2 Infraestructura de la planta .....	56
3.3.3 Equipamiento de la planta .....	57
CAPÍTULO IV .....	59
DEFINICIÓN DEL PRODUCTO Y LA PRODUCCIÓN .....	59
4.1 Tipos de Producto .....	59
4.2 Valor Nutritivo .....	66
4.3 Definición del Producto .....	69
4.3.1 Marca .....	69
4.3.2 Slogan .....	70
4.3.3 Empaque .....	70
4.3.4 Etiqueta .....	71
4.3.5 Precio .....	74
4.3.6 Plaza .....	75
4.3.7 Promoción .....	77
4.4 Análisis Microentorno y Macroentorno .....	77

4.5 Análisis Foda .....	86
4.6 Proceso de producción .....	87
4.6.1 Recolección de Materia Prima .....	87
4.6.2 Recepción de las Frutas .....	96
4.6.3 Lavado .....	98
4.6.4 Pelado .....	99
4.6.5 Empaque .....	100
4.6.6 Sellado .....	102
4.6.7 Almacenamiento .....	103
4.7 Diagrama de Proceso Productivo .....	104
4.8 Especificaciones Técnicas del Producto .....	105
4.8.1 Requisitos para la Emisión de Certificado Fitosanitario de Exportación (CFE) .....	105
4.9 Composición Nutricional del Producto .....	105
CAPÍTULO V .....	107
INVESTIGACIÓN DE MERCADO .....	107
5.1 Estudio del Mercado .....	107
5.2 Situación General de los Competidores .....	108
5.3 Análisis de la oferta .....	111
5.3.1 Exportación de Frutos Cítricos en el Ecuador .....	111
5.3.2 Mercado Meta .....	112
5.3.3 Tamaño de la Muestra .....	113
5.4 Análisis de la demanda .....	115
5.4.1 Demanda Potencial .....	118
CAPÍTULO VI .....	119

ESTADOS FINANCIERO.....	119
6.1 Inversión Inicial.....	119
6.2 Préstamo Bancario .....	120
6.3 Activos Fijos y Suministros .....	121
6.4 Balance Inicial .....	123
6.5 Depreciaciones y Amortizaciones .....	125
6.6 Costos Fijos.....	126
6.7 Pronóstico de Ventas.....	127
6.8 Venta al Primer Año .....	128
6.9 Balance de Personal .....	130
6.10 Determinación del Costo de Venta .....	132
6.11 Gastos Administrativos .....	134
6.12 Gastos de Venta.....	135
6.13 Estado de Resultados.....	135
6.14 Flujo de Caja .....	137
1.15 Escenarios Financieros .....	138
6.16 Punto de Equilibrio e Índices Financieros .....	141
6.17 Balance General Proyectado .....	143
6.18 Razones Financieras .....	144
CONCLUSIONES.....	147
RECOMENDACIONES.....	148
BIBLIOGRAFÍA.....	149
GLOSARIO.....	153
ANEXOS .....	155
Apertura de Cuenta de Integración de Capital Banco ProCredit .....	155

Beneficios:.....	155
Documentación Requerida: .....	155
Realización de Escritura Pública.....	156
Afiliación a la Cámara de Comercio de Guayaquil (Personas Jurídicas) .....	157
Obtención del Registro Único de Contribuyentes.....	159
Permisos de funcionamiento.....	164
Permisos de funcionamiento de locales comerciales uso de suelo .....	164
Patentes municipales .....	164
Tasa de habilitación de locales comerciales, industriales y de servicios.....	165
Certificado de seguridad del Benemérito Cuerpo de Bomberos .....	165
Impuesto a la Junta de Beneficencia .....	166
Contribuciones .....	167
Impuesto Hospital Universitario .....	167
Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro – Agrocalidad .....	168
1. Registro en Agrocalidad de operador de ornamentales u otros productos vegetales de exportación.....	168
Renovación de registro en AGROCALIDAD .....	171

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Distribución del Capital .....	48
Tabla 2 Implementos para la producción .....	58
Tabla 3 Elementos Nutricionales del Mango .....	67
Tabla 4 Elementos Nutricionales de las Grosellas .....	68
Tabla 5 Elementos nutricionales de las ciruelas .....	69
Tabla 6 Información nutricional etiqueta autorizada en EE.UU. ....	74
Tabla 7 Principales Indicadores Económicos .....	81
Tabla 8 Descripción por Raza y Etnia EE.UU. ....	83
Tabla 9 Precio por cajas necesarias para la producción mensual.....	91
Tabla 10 Precio mensual sobre Materia Prima Requerida .....	94
Tabla 11 Volúmenes de Compra Mensuales .....	96
Tabla 12 Estimación de la Producción Mensual.....	101
Tabla 13 Precio mensual por empaque .....	102
Tabla 14 Información Nutricional adaptada al idioma español .....	105
Tabla 15 Tamaño de la Muestra .....	114
Tabla 16 Cálculo Error para población Infinita .....	114
Tabla 17 Cálculo Error para población finita .....	114
Tabla 18 Consumismo de Encurtidos Miami .....	117

Tabla 19 Ventas proyectadas por producto .....	118
Tabla 20 Inversiones del Proyecto .....	119
Tabla 21 Distribución de la Inversión .....	120
Tabla 22 Préstamo Bancario .....	121
Tabla 23 Resumen Total Activos Fijos.....	121
Tabla 24 Descripción de los Activos Fijos .....	122
Tabla 25 Descripción de los Suministros .....	123
Tabla 26 Balance Inicial.....	124
Tabla 27 Cálculo Depreciación Gastos Administrativos .....	125
Tabla 28 Cálculo Depreciación Gastos Operativos .....	125
Tabla 29 Resumen Costos Fijos .....	126
Tabla 30 Estimación de ventas por unidades (Paquetes DoyPack 100 gr) .....	127
Tabla 31 Pronóstico de ventas.....	127
Tabla 32 Pronóstico de Ventas Mensuales .....	129
Tabla 33 Personal de la Compañía.....	130
Tabla 34 Descripción de Sueldos y Beneficios Sociales .....	131
Tabla 35 Unidades Requeridas para la Producción .....	132
Tabla 36 Materia Prima Requerida para la Venta .....	132
Tabla 37 Estimación del Costo de Venta .....	133
Tabla 38 Resumen Gastos Administrativos .....	134

Tabla 39 Resumen Gastos de Venta .....	135
Tabla 40 Estado de Resultados .....	136
Tabla 41 Flujo de Caja.....	137
Tabla 42 Escenario Optimista .....	138
Tabla 43 Escenario Neutral .....	139
Tabla 44 Escenario Pesimista .....	140
Tabla 45 Punto de Equilibrio, VAN, TIR .....	141
Tabla 46 Balance General .....	143
Tabla 47 Razones Financieras de Liquidez y Endeudamiento .....	145
Tabla 48 Razones Financieras de Rentabilidad.....	146



## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Participación en el Mercado de Encurtidos Miami, Florida.....	76
Gráfico 2 Evolución Exportaciones Sector Frutas No Tradicionales.....	111
Gráfico 3 Principales destinos de las exportaciones de Sector Frutas No Tradicionales .....	112
Gráfico 4 Importaciones de Estados Unidos por tipo de frutas.....	115
Gráfico 5 Importaciones de Estados unidos de frutas por región .....	116

## ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1 Organigrama Organizacional .....	49
Imagen 2 Ubicación Geográfica .....	55
Imagen 3 Ubicación Geográfica .....	56
Imagen 4 Diagrama de la Planta .....	57
Imagen 5 Mango Tommy Atkins .....	59
Imagen 6 Mango Haden .....	60
Imagen 7 Mango Kent .....	61
Imagen 8 Mango Keitt .....	61
Imagen 9 Grosellas Rojas .....	62
Imagen 10 Grosellas Negras .....	62
Imagen 12 Ciruela Sungold .....	63
Imagen 11 Grosellas Blancas .....	63
Imagen 13 Ciruelas Red Beauty .....	64
Imagen 14 Ciruela Reina Claudia Verde .....	65
Imagen 15 Ciruela Reina Claudia Oullins .....	65
Imagen 16 Ciruela Angelino .....	66
Imagen 17 Normas Etiquetado del mercado norteamericano .....	72
Imagen 18 Etiquetas parte Principal .....	73

Imagen 19 Etiquetas parte posterior .....	73
Imagen 20 Canales de Distribución .....	75
Imagen 21 Entorno de la empresa .....	77
Imagen 22 Camión de la Compañía .....	96
Imagen 23 Recepción de la Fruta .....	97
Imagen 24 Selección de la Fruta .....	97
Imagen 25 Lavado en Agua Clorada .....	98
Imagen 26 Cepillado y Lavado de la Fruta.....	98
Imagen 27 Máquina Cepilladora y lavadora de frutas .....	99
Imagen 28 Pelado de la Fruta.....	99
Imagen 29 Máquina Peladora de Mangos .....	100
Imagen 30 Empaque .....	101
Imagen 31 Maquina de Sellado .....	102
Imagen 32 Cuarto Frio.....	103
Imagen 33 Diagrama de Proceso .....	104
Imagen 34 Mangos Encurtidos .....	109
Imagen 35 Ciruelas Encurtidas.....	109
Imagen 36 Grosellas Encurtidas.....	109
Imagen 37 Pepinillos Encurtidos.....	110
Imagen 38 Hortalizas Encurtidas .....	110

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Carta de Autorización de Débito Bancario .....	158
Ilustración 2 Formulario RUC01-A .....	162
Ilustración 3 Formulario RUC01-B .....	163

## RESUMEN

El proyecto tiene como finalidad el análisis de oportunidad del mercado de EE.UU. de cítricos marinados en la ciudad de Miami, Florida, con el fin de establecer la viabilidad económica y financiera de la producción de cítricos encurtidos ecuatorianos como el mango , las grosellas y ciruelas.

Este proyecto se compone de varias partes que incluyen el estudio de los procesos marinado, la investigación de mercado, el diseño de la producción, el análisis del valor nutricional de cada fruta y la producción nacional anual de los cultivos para cada fruta.

Esta investigación también toma en cuenta el conocimiento de los procesos que se deben seguir para convertirse en exportadores para el mercado de EE.UU. Tras el análisis de mercado nos encontramos con los problemas, ventajas y desventajas que se deben enfrentar y solucionar, incluidos los competidores, la cadena de suministro y la demanda a cubrir.

A nivel corporativo, la empresa tendrá el enfoque de persona jurídica como sociedad anónima, ya que implementa las aportaciones de capital que buscan el cumplimiento de los objetivos de la empresa, así como, en su actual misión y visión, a raíz de un proceso de producción eficiente, con el uso de herramientas y máquinas que permiten un trabajo de calidad, mediante la aplicación de la tecnología y la mano de obra.

La planta estará ubicada en un lugar accesible, de fácil acceso para los proveedores que dejarán la mercancía en nuestra planta sin problema. Además, será fácil para despachar el producto final en los contenedores para su exportación.

Por último, esta investigación incluyó el estudio financiero para establecer las relaciones que aseguren la viabilidad financiera, para poder conocer la tasa de

retorno, el monto de inversión y el valor al cual ascienden los egresos y gastos para los primeros 5 años en el mercado.

**Palabras claves:** Viabilidad financiera, cítricos marinados, mercado de EE.UU., mangos, grosellas, ciruelas, Sociedad Anónima, S.A.

## ABSTRACT

The project assumed analyzing the U.S. market opportunity of marinated citrus in Miami City, Florida; in order to establishing the economic and financial feasibility of production of Ecuadorian marinated citrus such as mangoes, gooseberry or currants and green plums.

This project is composed by several parts that include study of marinated process, the market research, designing the production, analyzing the nutritional value of each fruit and the annual crop production for each fruit.

This research also took into account the knowledge of the processes to be followed to become exporters for the USA market. Following the market analysis we find the problems, advantages and disadvantages that we face, including the competitors, supply chain and demand to cover.

At the corporate level, the company will have a legal person as Anonymous Society, S.A., because it implements capital contributions looking fulfilling of the objectives of the company, as well as, its current mission and vision, following an efficient production process, using tools and machinery that allow for quality work, implementing technology and labor force.

The plant will be located in an accessible place, easy to reach for the suppliers that will leave the merchandize in our plant without problem. As well as, it will be easy to dispatch the final product in the containers to export it.

Finally, this research included the financial study to establish the ratios that will ensure the financial feasibility.

**Palabras Claves:** U.S. market opportunity, marinated citrus, establishing the economic and financial feasibility, Anonymous Society, S.A., mangoes, gooseberry or currants and green plums.

## INTRODUCCIÓN

Este proyecto estudia la exportación de frutos cítricos y permite estudiar la factibilidad económica y financiera de la producción de estos frutos dirigidos al mercado de la ciudad de Miami, USA.

Los marinados de mangos, ciruelas y grosellas son productos consumidos en el mercado local mediante el comercio informal, aunque la producción de estos frutos va creciendo año tras año.

Se debe de conocer todo el proceso legal tanto para la constitución de la compañía como para los permisos y reglamentos a seguir para exportar.

El proceso de producción se basa en el desarrollo de tres productos finales los cuales son las grosellas, los mangos y las ciruelas encurtidas exportadas en embases plásticos doy pack.

El estudio de mercado muestra que exportaciones de los productos no tradicionales están creciendo de manera significativa en este grupo se puede incluir los productos como las grosellas y ciruelas que aun no han sido considerados como productos potenciales para exportar.

También se considera en el estudio de mercado que el nivel de consumo de productos encurtidos en Miami tiene alta aceptación.

Los análisis financieros muestran la factibilidad de forma económica y financiera del proyecto.



# CAPÍTULO I

## ANTECEDENTES

Para llevar a cabo el proyecto se debe hacer un análisis completo empezando por el objetivo de la investigación, las bases legales, los procesos de producción y desarrollo de los posibles productos exportables. Además del estudio de mercado al que están dirigidos los productos, así también el análisis financiero para determinar la factibilidad económica del proyecto.

Por otra parte se debe conocer los orígenes de los productos exportables en este proyecto los cuales son mangos, grosellas, ciruelas. Así también se debe estudiar la producción interna de cada fruta y los sectores que tienen mayor productividad.

Por su parte, el mango es una fruta tropical de origen asiático que también crece en la zona intertropical americana. Este fruto llegó a América específicamente a Brasil, por medio de los portugueses y de esta misma manera los españoles introdujeron este producto a nuestras tierras. Pero desde hace unos quince años atrás los empresarios ecuatorianos han incursionado en la siembra de mango y sus variedades conocidos como injertos, para los mercados internacionales. (Caribbean News Digital, 2013)

Las grosellas por su parte son considerados una especie tropical y subtropical proveniente de Asia y establecida en regiones del Caribe, América Central y del Sur, pero se cree que es una fruta originaria de Madagascar, además se dice que se introdujo en Filipinas en tiempos prehistórico. Es más comúnmente cultivado en Indonesia, Vietnam y Laos, con frecuencia en el norte de Malaya, y en la India, en los huertos familiares. Esta fruta también es consumida en la isla de Hawái y otras islas del Pacífico. (Sabelotodo, 2012)

Las ciruelas son originarias del Cáucaso, Anatolia (Turquía) y Persia (Irán). (Caorsi, Fundacion Eroski, 2002) Es considerada una planta herbácea y más comúnmente conocida como Prunus. Las ciruelas tienen diferentes clases dependiendo a las zonas donde se encuentren cultivadas, y se identifican por colores y por su acidez existen las amarillas, negras, rojas y verdes que son comúnmente conocidas como ciruelas Dansom, Reina Claudia, Claudias, entre otras. Esta ciruela verde se cultiva en los países de España, Francia e Inglaterra y fue introducida en la costa del Pacífico en años de la colonización. El primer país productor de ciruelas del mundo es la China con sus diversas variedades. (Botanical, 1999)

Estos frutos están considerados dentro del mercado de frutos no tradicionales; por lo que según diversos estudios por parte del Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones indican que las exportaciones de estos frutos son del 42 % anual dirigida a Estados Unidos.

Desde el 2007 hasta el 2012 se han exportado 152,289 millones de dólares en FOB de frutos no tradicionales a Norteamérica. Además las exportaciones mundiales del sector frutas no tradicionales se han incrementado en un 7% en el período 2007 a 2011. (Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, 2012)

Según los datos del presidente de la Fundación de Mango Ecuador, el mayor comprador es EE.UU., que en la tanda pasada absorbió el 80,38 %. Le siguen: Europa con el 5,48 %, Canadá con el 9,56% y México con el 2,85 %. Las exportaciones corresponden a 192 fincas registradas por Fundamango, que representan el 98 % de las empresas dedicadas al negocio. (Diario La Hora, 2011)

## 1.1 Problema

Hoy en día el mercado consumista busca comprar productos más sanos, debido a todos los problemas actuales que se relacionan con la mala alimentación y el consumismo de productos con altos niveles de grasa. Por tal motivo, los productos considerados snacks con bajos niveles en colesterol y grasas saturadas son considerados los más atractivos para el consumo, además que actualmente la mayoría de los productos deben pelear por un espacio en el mercado, es favorable que tengan vitaminas como la A y la vitamina C.

El problema radica principalmente en la temporalidad de los frutos, estos tienen épocas con un gran repunte de producción; pero también tienen temporadas bajas en la cual no se cosechan en gran cantidad estos frutos o su comercialización alcanza solo a satisfacer la demanda local.

Por otra parte, otra problemática es la poca comercialización de las grosellas, ciruelas verdes u ovos, debido a que no son tan comunes como el mango que tiene altos niveles de producción en todo el país. Las grosellas y ciruelas se cultivan solo en ciertos lugares del país y no alcanza altos niveles de producción; es decir se produce de forma artesanal.

Pero por otra parte el consumo de los frutos cítricos encurtidos tiene un alto nivel de demanda en todas las épocas del año en el mercado nacional, por lo que se tiene como proyección llegar a cultivar y a producir más grosellas y ciruelas, así como se producen mangos en el país. Para equiparar la demanda de los frutos cítricos marinados.

## 1.2 Justificación

Las frutas son productos con altos niveles de vitaminas A, C y E; además de sales minerales como el potasio, sodio y yodo. Por lo que son saludables para los consumidores, con este fin se puede introducir en mercados internacionales dichos frutos consumidos tal y como se consumen en el mercado nacional.

Además, este proyecto tiene como finalidad el enfoque en el Plan Nacional del Buen Vivir, específicamente en el objetivo 10 el cual tiene como nombre Impulsar la transformación de la matriz productiva. Dentro de este objetivo se cumplirá la meta de incrementar la participación de exportaciones de productos con intensidad tecnológica alta, media, baja y basado en recursos naturales al 50 %. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013)

Debido a que es un proyecto de exportación, se toma como referencia el fomentar las exportaciones con el fin de aumentar la balanza comercial a favor del país en relación con las importaciones con Estados Unidos, y a su vez incentivar a las exportaciones dándole un valor agregado al producto y no solo exportarlo como una fruta, sino transformarlo a un encurtido y enviarlos a los Estados Unidos embasados con la preservación del sistema marinado.

Este tipo de exportación se centra en promover la diversificación productiva centrada en nuevos sectores. En este incluye la industrialización de los frutos no tradicionales, implementación de un sistema tecnológico básico debido a que solo sufre un tipo de transformación los cuales son los marinados, además de promover la productividad y competitividad en el mercado interno.

Al referir a los productos no tradicionales, se toma como referencia a frutos como las grosellas y a las ciruelas. Debido a que las grosellas tienen un nivel de producción medianamente estable, lo que se busca en el proyecto es aumentar

la producción de este tipo de frutos en el país, para que tanto los pequeños productores ganen así como la empresa gane como exportadora. Así también aumentar la producción de las ciruelas, fruto que se produce en mayor cantidad que las grosellas, pero aun así se puede elevar la producción para aumentar las exportaciones.

### **1.3 Método de la Investigación**

Esta investigación tiene un enfoque experimental, lo que significa que es un estudio de lo que será o de lo que se realizará. Con este tipo de investigación se puede manipular la información en el medio con el fin de aprobar o desaprobar una teoría.

Adicionalmente el método a seguir es el método de análisis en donde el proceso inicia identificando las variables que forman parte del proyecto. Luego se procede a realizar el análisis de los elementos encontrados par conocer la relación causa y efecto, con el fin de definir si el proyecto es rentable fijándose en el estudio de mercado al cual se dirige e identificando la viabilidad financiera del proyecto.

### **1.4 Definición de las variables**

Las variables dentro de este proyecto se definen de la siguiente manera:

- Variables Independientes: La exportación de las frutas cítricas marinadas.
- Variables Dependientes: El nivel de aceptación de las frutas cítricas marinadas en el mercado de Miami, Norteamérica.

## 1.5 Objetivo de la Investigación

Objetivo General:

Analizar la factibilidad económica y financiera de la producción de cítricos marinados dirigidos al mercado de la ciudad de Miami, USA.

Objetivos Específicos:

- Planificar legal y administrativamente la empresa para conocer los procesos que se necesitan para la exportación.
- Realizar el diseño de los productos y la producción necesaria para el producto final.
- Analizar el mercado mediante investigación de los proveedores y el consumismo de Miami; mercado al cual está dirigido el proyecto.
- Realizar los análisis financieros necesarios para poner en marcha el proyecto y poder demostrar la viabilidad y factibilidad financiera del mismo.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 Marinados**

Los marinados son considerados un método de conservación de alimentos, por tanto es conocida como una técnica de cocina en la que se somete al alimento tales como las frutas, vegetales, mariscos y carnes a un remojo en un líquido aromático en un tiempo determinado que puede durar varias semanas con el fin de preservar el alimento y darle un sabor diferente.

Existen varios tipos de marinados pero el más común para las frutas es el de conservación en donde encuentran los clásicos encurtidos y escabeches, que es el nombre común a los alimentos que han sufrido la transformación de marinados. Esta técnica permite conservar el alimento por varios meses y evita el contacto con bacterias, siempre y cuando se encuentren bien sellados; además de preservar el alimento también evita la degradación del fruto y mejora las cualidades sensoriales como el sabor, color, humedad y textura. Para su elaboración se usa medios ácidos como zumos de frutas (zumo de limón) en otras ocasiones se utiliza vinagre, vino y varios tipos de sales, dependiendo del tipo de conservación que el alimento requiera. (Fundacion Eroski, 2007)

El proceso de marinado va empleado a los 3 tipos de frutas cítricas (mangos, grosellas y ciruelas), se aplica el marinado de conservación comúnmente conocido como encurtidos donde el proceso de elaboración es la parte más sencilla, debido a que solo posee tres ingrediente (vinagre, agua y sal); la base

fundamental es sumergir los frutos en una mezcla previa, en la cual la acción de marinado actúa por sí sola. Este paso se basa en la disminución del pH y a su vez el aumento de la acidez del mismo, con el objeto de poder extender su conservación.

El marinado que ha pasado por el proceso de encurtido antes mencionado está inmerso en la fermentación, la misma que requiere que el fruto no sea completamente esterilizado antes de ser sellado. Debido a que primero debe de estar completo el proceso de acidez o salinidad; también hay que tomar en cuenta la temperatura de fermentación no debe de ser mayor a 25° C y finalmente la exclusión de oxígeno durante el proceso dará el resultado final de sabor del producto. (Postcosecha, 2011)

## **2.2 Cadena Productiva**

El mango es producido principalmente en la Provincia del Guayas. Este producto ha sido transformado debido a los diversos injertos que se han realizado en el país para aumentar su variedad dependiendo el sector donde se siembre y los cambios climáticos a los que el fruto está expuesto. Los principales meses de producción comienza en octubre y terminan en enero, este fruto tiene un tiempo de maduración entre 100 a 150 días después de la floración dependiendo el tipo de fruto. (Fundación Mango Ecuador, 2010)

Las Grosellas son frutos cítricos con sabor ácido que crece de forma silvestre en la Provincia del Oro, Guayas y cierta parte de la provincia de Los Ríos y Loja. Esta fruta contiene vitamina A y C y son consideradas como limpiadoras de arterias. Crecen en un árbol ornamental de 6 ½ a 30 pies de altura, los frutos se desarrollan en grupos florados en las ramas que van desde la copa del árbol.



Este fruto es de forma achatada que tienen entre 6 a 8 costillas, al inicio del cultivo son de color verde y cuando alcanza la madurez llegan a ser de color amarillo pálido, casi blanco y en el centro se encuentra la semilla que es el núcleo duro de la fruta. La época de producción es en invierno porque necesitan de humedad para la reproducción, pero la época de recolección es en verano porque es donde alcanzan su madurez. Va desde los meses de abril y mayo, teniendo la segunda cosecha en agosto y septiembre, pero el mes con el pique más alto es enero. (Caorsi, Fundación Eroski, 2002)

Por su parte las ciruelas son considerados frutos carnosos y cítricos al inicio de su periodo son de color verdoso y se vuelven de un tono rojizo al momento de completar la maduración; en el centro posee una semilla áspera y leñosa. Esta fruta crece en el Litoral ecuatoriano está ubicada a 110 kilómetros de la capital de la provincia de Santa Elena, en la comuna Las Juntas del Pacífico, también existe otra cosecha en Ambuquí-Imbabura, parroquia ubicada en el valle del Chota el cual no es el mismo tipo de ovo que crece en la costa y su producción comienza en los meses de octubre y noviembre y se extiende hasta siete periodos más, pero el pique de la cosecha es en el mes de marzo. Además crece en ciertas partes de la provincia de Los Ríos y Manabí. (ANACFS, 2011)

## **2.3 Condiciones ambientales**

Cada fruta tiene su lugar estratégico de sembrío y cultivo pero las condiciones ambientales por lo general no varían en mucho. Los mangos por su lado son cosechados en su mayoría en clima seco con el fin de que la fruta madure y obtenga su punto exacto para el momento de la cosecha, debido a que es una fruta que no exige mucho cuidado en el suelo en que está sembrado, ya que se produce bien en suelos arenosos o pesados los cuales extraen agua y

nutrientes del suelo de manera permanente, así como también en lugares un poco más húmedos, generalmente en la Costa ecuatoriana.

Por su parte las grosellas en cambio prefieren un suelo húmedo tropical por lo general localizado en las poblaciones de Quevedo, La Maná, Quinindé, Santo Domingo, Bucay, El Triunfo y la Región Amazónica. Su árbol puede llegar a medir más de 3.000 pies de altura, se propaga por medio de la semilla y su densidad en las ramas de los árboles es abundante por lo que necesita extraer mayor cantidad de sales minerales y humedad del suelo.

Las ciruelas u ovos son frutas delicadas, las mismas son cultivadas en suelos húmedos los mismos que se recomiendan un riego moderado, pero constante para que no pierda la humedad y se obtenga una cosecha cargada de frutos. La cosecha de la ciruela en la Costa se da entre mediados de agosto y diciembre. Entre fines de octubre e inicios de noviembre alcanza sus picos más altos. Y se cultiva alrededor de las Juntas del Pacífico, en el antiguo carretero a Santa Elena. También está la zona de Petrillo hasta Nobol, vía a Daule (Guayas).

De los tres frutos los inconvenientes más grandes son las plagas que sufren a lo largo de sus cosechas, debido a que son asechadas por bacterias que afectan tanto al fruto como a la planta. Por tal motivo los agricultores deben tomar las medidas necesarias para evitar que las frutas sean atacadas por plagas y poder tener una cosecha exitosa.

## **2.4 Estimación de Producción Nacional**

El mango, es reconocido como una fruta tropical exótica, que se la consume mayormente como fruta fresca, pero también puede ser utilizado para preparar alimentos, mermeladas y encurtidos, además de que posee grandes cualidades

alimenticias, el mango ecuatoriano se destaca por su excelente calidad y exquisito sabor. Es un fruto que se cultiva en muchos países del mundo y su importancia radica en que posee excelentes posibilidades para su industrialización.

Los principales piques de producción de esta fruta en el Ecuador, comprenden los meses de octubre a enero. El mango se cultiva principalmente en la provincia del Guayas, con una superficie aproximada de unos 7700 ha registradas en plena producción dentro del gremio, y de las cuales, 6500 aproximadamente están dedicadas a exportación. Las restantes, se dedican a otros mercados, (local, pacto andino) o a la elaboración de jugos y concentrado de mango. (Fundación Mango Ecuador, 2010)

Las grosellas son consideradas por su parte fruto silvestre no poseen una producción exacta dirigida a la exportación, debido a que está dentro del sector de los frutos no tradicionales. Por tanto es no es una fruta con una producción abundante, aunque la venta a nivel nacional es considerada popular. La mayor producción de grosellas se da en la provincia de El Oro y El Guayas. Su estimación de producción de acuerdo a los frutos no tradicionales va desde el 20 al 40 %.

Finalmente las ciruelas verdes según su producción alcanza su pique máximo entre los meses de octubre a diciembre, su expansión en las cosechas se divide entre ciertas provincias de la sierra y la costa. En lo que corresponde a la costa las provincias de mayor producción de este fruto son Santa Elena en la cual existen 4500 hectáreas dedicadas al cultivo de esta fruta, también existen producciones menores en las provincias de Manabí y Los Ríos que varían entre 5000 y 8000 hectáreas dedicadas a la producción de ciruelas. (Diario Extra, 2010)

Así también en la región Sierra se produce en Imbabura específicamente en Ambuqui parroquia ubicada en el valle del Chota, donde según un estudio del Ministerio de Agricultura, la producción varía de 20 000 a 30 000 kilos por hectárea. (Diario El Comercio, 2010)

En lo que corresponde a las 3 frutas se dan durante todo el año dependiendo el sector donde sea cultivado, su producción también depende de la época en que se encuentre y de los cambios climáticos que sufran. En algunas provincias de la costa son más abundantes ciertas frutas. Pero se estima que la producción nacional aumente en años futuros debido a los incentivos gubernamentales que tiene el sector agrícola con el nuevo gobierno.

## **2.5 Relación Comercial con Estados Unidos**

Según la Cámara de Comercio de Guayaquil Ecuador no posee acuerdos comerciales como ATPDA<sup>1</sup> y SGP<sup>2</sup> debido a que el Gobierno Nacional decidió no renovar ningún acuerdo con Estados Unidos. Una vez que concluyo el 31 de julio de 2013. Lastimosamente en la relación comercial entre EE.UU. y Ecuador pesan mucho los factores políticos más que el beneficio económico y de empleo de las empresas de ambos países.

Ecuador solo cuenta con acuerdos comerciales como la CAN (Comunidad Andina de Naciones), además queda en posición incómoda, porque Perú y Colombia están en el Acuerdo del Pacífico, manteniendo acuerdos comerciales

---

<sup>1</sup> ATPDA: Ley de Promoción Comercial Andina y Erradicación de la Droga.

<sup>2</sup> SGP: Sistema Generalizado de Preferencias Arancelarias

con la ALADI, MERCOSUR, con países como México, Cuba, Guatemala y Venezuela.

## **2.6 Organismos Gubernamentales vinculados al Comercio Exterior en Ecuador**

Según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones indica que el artículo 306 de la Constitución de la República dispone de la obligación estatal de promover las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal. Además este código tiene como finalidad fomentar y diversificar las exportaciones y el comercio exterior.

Existen varios organismos gubernamentales relacionados al comercio exterior como el Ministerio de Comercio Exterior; el mismo que promueve las exportaciones de los diferentes sectores además de contar con ProEcuador Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. Y a su vez el Ministerio de Industrias y Productividad el cual promueve la creación de empresas que aporten con el desarrollo del país. Incluyendo el Plan Nacional del Buen Vivir con el impulso a la transformación de la matriz productiva; donde se relaciona con incrementar las exportaciones de productos con intensidad tecnológica media, basado en recursos naturales al 50 %.

## 2.7 Marco Legal

Para poder realizar este proyecto se debe tomar en cuenta dos sectores; el primero es la base legal ecuatoriana para establecer una empresa y el segundo es los documentos necesarios para establecerse como exportador. Para realizar estos trámites es necesario contratar un abogado especializado para que se encargue de los temas legales y brinde asesoría personalizada; estos gastos incluyen los gastos de constitución.

Para la constitución de este tipo de compañía se deben cumplir una serie de formalidades expuestas a continuación:

- 1.- Aprobación de la denominación de la compañía, donde el abogado encargado debe presentar a la Superintendencia de Compañías, una serie de alternativas de las cuales aprobaran una de ellas.
- 2.- Aprobación de los estatutos por parte del departamento de compañías Limitadas de la Superintendencia de Compañías.
- 3.- Apertura de una cuenta de integración del capital, en una entidad bancaria confiable.
- 4.- Realizar la escritura pública, mediante un Notario, con la firma de los socios fundadores.
- 5.- Aprobación de la escritura pública de constitución de la compañía.
- 6.- Inscripción de la escritura de constitución de la compañía en el Registro Mercantil.
- 7.- Afiliación a la Cámara de Comercio.

8.- Obtención del Registro Único de Contribuyentes, en el Servicio de Rentas Internas.

9.- Emisión de los permisos de funcionamiento

- 1) Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
- 2) Copia del registro único de contribuyentes (RUC).
- 3) Copia de la cedula de ciudadanía o de identidad del propietario o del representante legal del establecimiento.
- 4) Documentos que acrediten la personería Jurídica cuando corresponda.
- 5) Copia del título del profesional de la salud responsable técnico del establecimiento, debidamente registrado en el Ministerio de Salud Pública, para el caso de establecimientos que de conformidad con los reglamentos específicos así lo señalen.
- 6) Plano del establecimiento a escala 1:50.
- 7) Croquis de ubicación del establecimiento.
- 8) Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos.
- 9) Copia del o los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento, conferido por un Centro de Salud del Ministerio de Salud Pública. (El Emprendedor, 2012) (Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil, 2014)

10.- Inscripción en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, para la emisión del un número patronal; donde se requiere utilizar el sistema de historia laboral que contiene el Registro Patronal. Este proceso se realiza a través de la página web del IESS en línea en la opción Empleadores podrá:

- Actualización de Datos del Registro Patronal,
- Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico),
- Digitar el número del RUC y

- Seleccionar el tipo de empleador.

Además deberá acercarse a las oficinas de Historia Laboral la solicitud de entrega de clave firmada con los siguientes documentos:

- Solicitud de Entrega de Clave (Registro)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de teléfono, o luz

Calificación artesanal si es artesano calificado (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2001)

Así también en el caso de la situación legal como exportador se debe considerar como una exportación a consumo el cual el considerado como “el régimen por el cual las mercancías, nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para uso o consumo definitivo en el exterior. Las exportaciones no generan tributos o impuestos. Para que las mercancías salgan del país, se requiere la presentación de una Orden de Embarque (Código 15) y posteriormente se presenta la Declaración Aduanera de Exportación (40), teniendo como plazo para presentar la Declaración Aduanera Única (DAU) 15 días hábiles a partir del ingreso a Zona Primaria. (Art. 43 LOA)”. (Ecuador)



## 2.8 Registro de Exportador

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

### Paso 1

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>

Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

### Paso 2

Registrarse en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

Aquí se podrá:

- 1) Actualizar base de datos
- 2) Crear usuario y contraseña
- 3) Aceptar las políticas de uso
- 4) Registrar firma electrónica

Revisar el boletín 32-2012, en el cual se encuentra un video demostrativo sobre el registro al portal ECUAPASS.

El Consejo Nacional de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) estableció que los exportadores adicionalmente se registren con el Ministerio de Industrias y Competitividad cuando se refieran a:

Exportaciones de chatarra y desperdicios metales ferrosos y no ferrosos. Resolución 400 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial Suplemento 233 del 17 de diciembre de 2007.

Exportaciones de cueros y pieles. Resolución 402 del 13 de septiembre de 2007 y publicada en el Registro Oficial 222 del 29 de noviembre de 2007.

## **2.9 Proceso para exportar**

Se inicia con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE) en el nuevo sistema ECUAPASS, la misma que podrá ser acompañado ante una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante
- Descripción de mercancía por ítem de factura
- Datos del consignatario
- Destino de la carga
- Cantidades
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)
- En el caso de Citrix Fruit S.A. debe de presentar el Certificado fitosanitario.

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo
- Canal de Aforo Automático

Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. En lo cual cualquier observación será

registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede según lo descrito anteriormente adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.

Revisar boletín 222 – 2012 en el cual se encontrará los instructivos para el correcto llenado de la DAE junto con los videos demostrativos. (Aduana del Ecuador SENA, 2012)

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO REFERENCIAL**

Ecuador es considerado uno de los países con mayor biodiversidad y naturaleza, por lo tanto se debe aprovechar los recursos naturales que nos ofrece las tierras ecuatoriana de una manera eficiente, alcanzando altos niveles de producción para que cada emprendedor se centre en satisfacer la demanda nacional y a su vez fomentar las exportaciones de los productos con mayor demanda internacional, para mejorar tanto la economía personal como la economía del país.

Así como en años anteriores se han incrementado las exportaciones de productos no tradicionales, se puede lograr la expansión a nuevos mercados con productos innovadores. Frutos como el mango, las ciruelas y las grosellas son altamente consumidos a nivel nacional por lo que se espera que a nivel internacional se tenga la misma acogida.

Empezar un proyecto de comercialización de encurtidos de forma artesanal probando un rendimiento favorable, es un excelente ejemplo para los pequeños emprendedores; debido a que contribuye con el desarrollo del país, la generación de empleo y el crecimiento en el sector de productos industrializados.

El mercado ecuatoriano tiene un gran apoyo para la creación de microempresas que se dedique a la diversificación productiva centrada en sectores nuevos de producción y exportación por tanto la empresa está dada de la siguiente forma.

## **3.1 La Empresa**

### **3.1.1 Estudio Organizacional de la compañía**

Este estudio analiza los factores de la empresa referente a la actividad ejecutiva y administrativa.

Donde la razón social es el CITRIX FRUIT S.A. al igual que el nombre comercial.

#### **3.2.1.1 Misión**

Citrix Fruit S.A. es una compañía proveedora de fruta encurtida (mango, ciruelas y grosellas), responsable de satisfacer los gustos de los posibles consumidores, distribuyendo eficientemente los productos. De esta manera se busca aumentar las exportaciones del sector agrícola, aportando en la economía del país.

#### **3.2.1.2 Visión**

Ser en el 2020 una compañía exportadora de frutos cítricos encurtidos, con reconocimientos por su excelente calidad en sus productos y a su vez mejorar la tecnología aplicada; además de contar con una marca reconocida en el mercado internacional, para alcanzar la expansión a nuevos mercados en la Unión Europea y Asia.

#### **3.2.1.3 Objetivos**

1. Ofrecer a los clientes productos de calidad a un precio asequible y competitivo para el mercado estadounidense.

2. Entrar a un mercado nuevo, con un producto innovador y que es consumido en grandes cantidades por ecuatorianos.
3. Satisfacer la demanda del mercado de Miami, Norteamérica.
4. Obtener una rentabilidad mínima de retorno de 10% al término del proyecto.

## **3.2 Constitución de la Compañía**

La empresa se constituirá legalmente como una Sociedad Anónima<sup>3</sup>, debido al aporte personal de capital, mediante un préstamo que se realice como accionista.

### **3.2.1 Capital**

El capital de la compañía debe ser suscrito en su totalidad al momento de la celebración del contrato ante Notario Público con la debida escritura de constitución. El monto mínimo de capital, determinado por la Superintendencia de Compañías es de \$ 800,00 actualmente. Por tanto el capital de la compañía está constituido por un valor de \$ 1200,00.

Adicionalmente se requiere de una inversión inicial de \$ 481.790,02; misma cantidad que será cubierta mediante dos formas:

50 % mediante préstamo bancario

50 % mediante la aportación de accionistas por capital propio.

---

<sup>3</sup> Ley de Compañías - Registro Oficial 312 del 5 de noviembre de 1999. Sección VI De La Compañía Anónima.

Y con un capital de trabajo de \$ 17.500,11 el cual es el excedente de las fuentes de financiamiento permanentes. Y se cuenta con 60 días de capital de trabajo debido a que son aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar en el corto plazo.

**Tabla 1 Distribución del Capital  
INVERSIÓN INICIAL**

<b>GASTOS INICIALES</b>	
ACTIVOS	539.158,96
CAPITAL DE TRABAJO	17.500,11
<b>TOTAL</b>	<b>556.659,07</b>

<b>FINANCIAMIENTO</b>	<b>%</b>	<b>INVERSIÓN</b>
APORTE ACCIONISTAS	50,00%	278.329,53
PRÉSTAMO BANCARIO	50,00%	278.329,53
<b>TOTAL</b>		<b>556.659,07</b>

<b>Anexo Acciones Comunes</b>			<b>N. ACCIÓN</b>
Suanny Benavides	50,00%	278.329,53	30
Daniel Benavides	50,00%	278.329,53	30
<b>TOTAL CAPITAL PROPIO</b>	<b>100,00%</b>	<b>556.659,07</b>	<b>60</b>

VALOR POR ACCIÓN	9.277,65
------------------	----------

NUMERO DE ACCIONES	60
--------------------	----

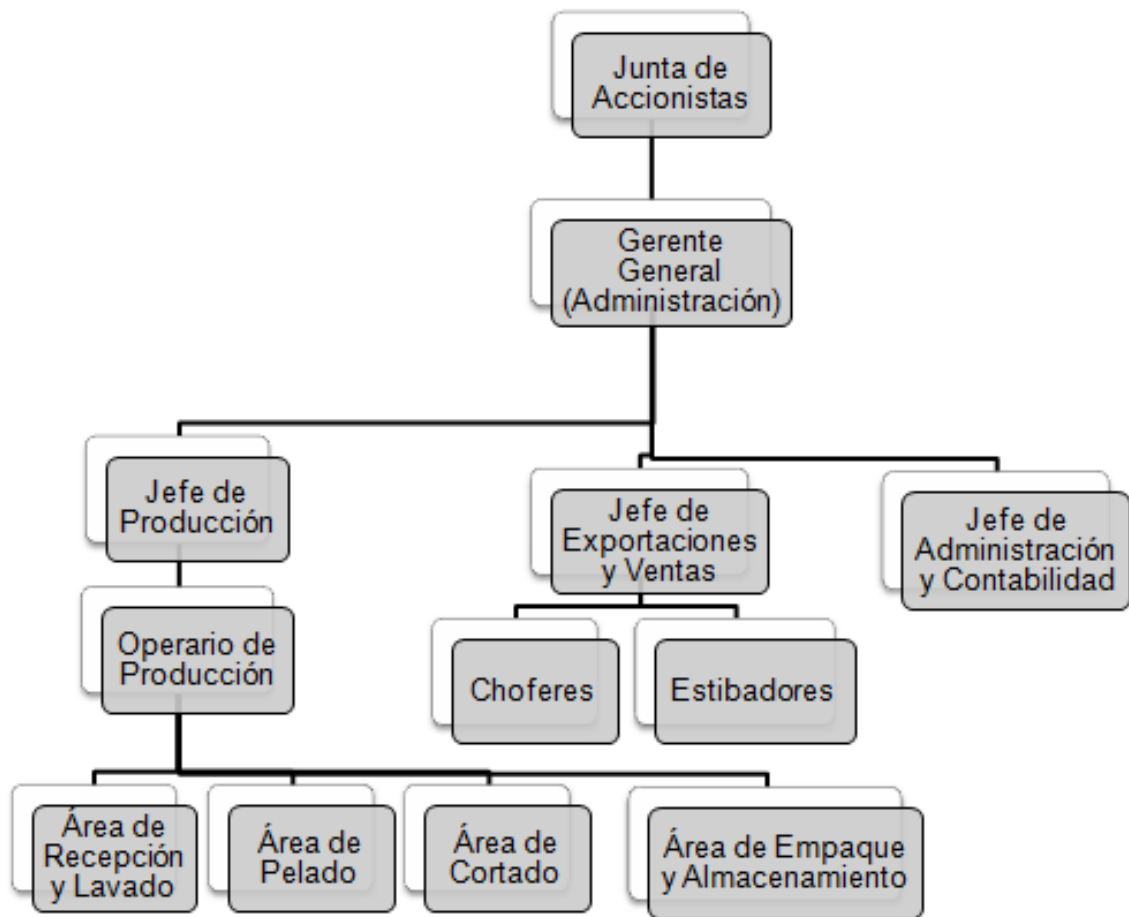
**Fuente:** La autora.  
**Elaboración:** La autora.



### 3.2.2 Estructura Organizacional

La compañía estará constituida de la siguiente manera de acuerdo a la necesidad de la empresa.

Imagen 1 Organigrama Organizacional



**Fuente:** La autora.  
**Elaboración:** La autora.

### **3.2.3 Administración de la compañía**

La compañía Citrux Fruit S.A. va a ser administrada por la gerencia general la misma que es elegida por los accionistas de la compañía.

El gerente general es quien tiene la capacidad jurídica para manejar la compañía, está encargado de responder por las actividades y decisiones financieras y económicas de la empresa. Es responsable de la comunicación y el seguimiento que tenga con diferentes departamentos, con el fin de cuidar, verificar, supervisar y controlar a las personas que trabajen para la compañía, para alcanzar las metas propuestas.

Funciones del Gerente:

- Velar por el patrimonio de la compañía.
- Controlar a las personas que trabajen para la compañía, dirigir las relaciones laborales y controlar los contratos de dichos empleados.
- Llevar un reporte de la evolución que tiene la compañía después de un periodo de por lo menos 3 meses.
- Evaluar los diferentes departamentos, analizar si su trabajo es realizado con eficacia y eficiencia para el bien de la compañía.

### **3.2.4 Funciones de Áreas y Cargos**

1. Jefe de Producción: Este departamento tiene como responsabilidad principal recibir de los proveedores los productos y responder por la producción al tiempo requerido por la gerencia, debe solucionar problemas de cuellos de botellas o retrasos estrictamente en la producción. Además debe controlar el uso de la materia prima, cumplir con estándares de

calidad previamente establecidos y controlar el personal a cargo de este proceso.

Funciones a su cargo:

- Reportar a la gerencia general semanalmente acerca del proceso de producción.
  - Controlar la materia prima.
  - Registrar el inventario Inicial y Final.
  - Solicitar de la mano de obra necesaria.
  - Controlar que el almacenamiento de los productos.
2. Operario de producción: Debe de fijarse en las tareas expuestas por su jefe inmediato, controlar a sus subordinados en las diferentes áreas de trabajo. Informar a quien corresponda algún problema que se le presente al momento de la producción, custodiar de la materia prima durante el proceso de producción, además de controlar y presionar a la gente que tiene a su cargo para que realice un trabajo eficiente cuidando el bienestar de la empresa.
3. Jefe de Exportaciones y Ventas: Este departamento está encargado de la distribución, comercialización y ventas nacionales e internacionales. Es decir está enfocado a la distribución y logística de los productos desde la compra con los proveedores hasta la entrega en el puerto marítimo. Así como también está enfocado en el estudio del mercado, atención y búsqueda de clientes.

Funciones a su cargo:

- Realizar el respectivo plan de mercadeo.
  - Cumplir con el plan de ventas propuesto.
  - Controlar la logística y distribución de los productos.
  - Cumplir con los estándares de calidad y servicio al cliente.
  - Investigar y aplicar nuevas técnicas de marketing.
  - Analizar la competencia o a posibles competidores indirectos.
4. Jefe de Administración y Contabilidad: Este departamento debe encargarse de los registros contables de la compañía, con el fin de ejecutar los planes previstos de acuerdo con las normas establecidas para el proceso contable. Además de hacer informes mensuales de los estados financieros y balances para controlar la economía y las finanzas de la compañía. Debe administrar los recursos de la empresa de la manera más eficiente posible. También le corresponde tener las cuentas al día.

Funciones a su cargo:

- Actualizar y revisar el sistema contable.
  - Informes mensuales sobre los registros contables para la gerencia general.
  - Fomentar el trabajo en equipo y la optimización de los recursos utilizados en la empresa.
  - Le corresponde hacer un presupuesto para todo el periodo contable.
  - Verificar y controlar los ingresos y gastos de la compañía.
5. Empleados del Área de Recepción y Lavado: Esta área tiene una mano de obra de 2 empleados los cuales están divididos 1 para el área de recepción

de la fruta el cual es el encargado de bodega y 1 para el área de lavado. En estas áreas no se necesita mayor cantidad de mano de obra debido a que solo se receipta las frutas y se las pasa a la máquina de cepillado y lavado.

Funciones a su cargo:

- Identificar que los frutos se encuentren en buen estado.
- Monitorear el lavado de los alimentos que pasan por la respectiva máquina.
- Verificar y controlar el uso del agua purificada.

6. Empleados del área de Pelado: Esta área está encargada de pelar la fruta por medio de la maquinaria; solo debe colocar la misma en la máquina para que esta realice el proceso de pelado automáticamente.

Funciones a su cargo:

- Colocar la fruta en la máquina de pelado.
- Controlar que la maquinaria realice el trabajo debido.
- Entregar la fruta pelada al área de cortado.

7. Empleados del área de cortado: La mano de obra necesaria para esta área es de 10 empleados; los cuales están encargados de cortar la fruta para su posterior empaque.

Funciones a su cargo:

- Revisar que la fruta este en buen estado.
- Cortar de manera uniforme optimizando la pulpa al máximo.
- Sumergir la fruta en la solución acuosa para el posterior empaque.

8. Empleados de área de Empaque y Almacenamiento: Esta mano de obra está encargada de realizar la parte final del proceso, en donde se empaqueta y se almacena a una temperatura de 20°.

Funciones a su cargo:

- Revisar que el empaque; fundas doypack se encuentren en excelente estado.
- Sellar la funda con la máquina de sellado.
- Almacenar el empaque de forma ordenada en las cajas listas para cuando llegue el momento de exportar el producto final.

### **3.3 Exigencias para el desarrollo del proyecto**

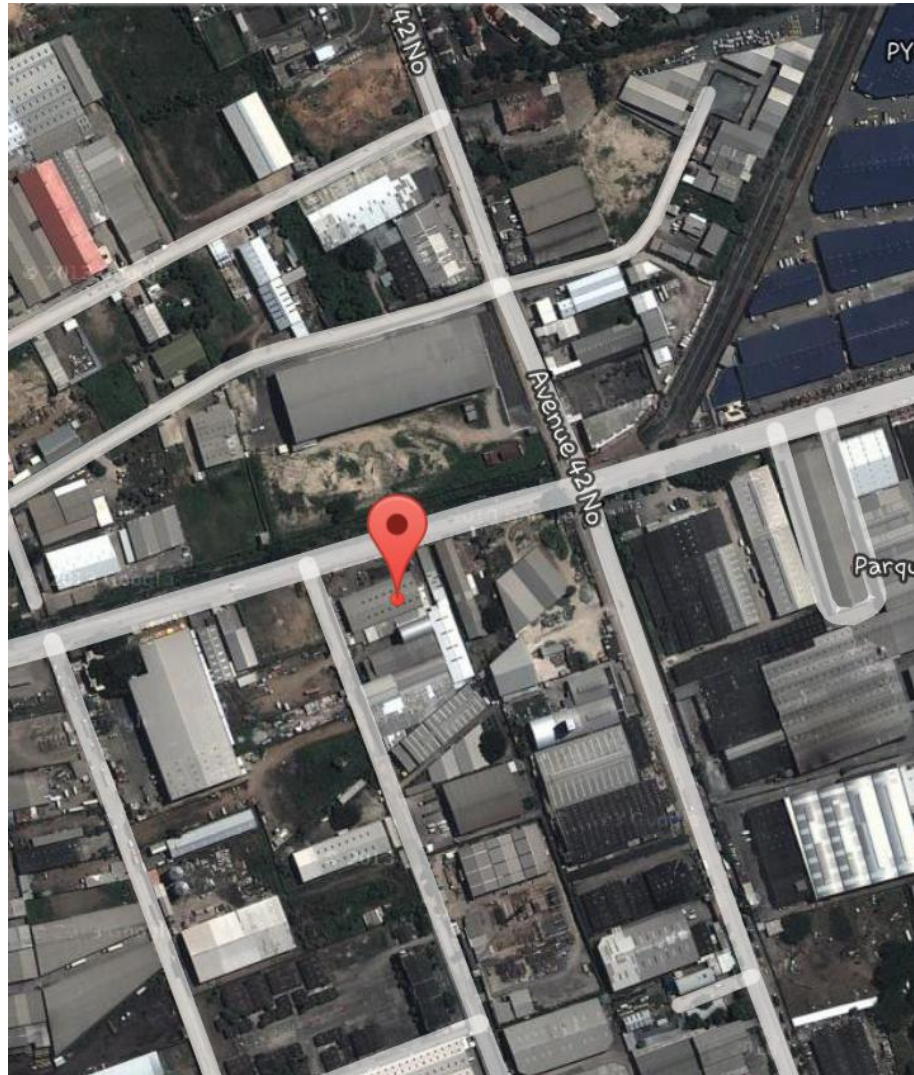
#### **3.3.1 Ubicación de la planta**

El terreno se encuentra en las bodegas en Inmaconsa; ubicado en el KM 10.5 vía a Daule 3780 m<sup>2</sup> de terreno 38 x 100, aproximadamente relleno compactado Dos bodegas: 550 m<sup>2</sup> y 450 m<sup>2</sup> de 11 ms de altura, área de oficinas dentro de bodegas: 100 m<sup>2</sup> Casa de guardia Precio: \$440.000.

Los factores principales para elegir la localización del terreno para la realización del proyecto son los siguientes:

- Costos del Inmueble.
- Facilidad en el área logística.
- Situado en un Área Rural.

**Imagen 2 Ubicación Geográfica**



**Fuente:** GoogleMap.  
**Elaboración:** La autora.

**Imagen 3 Ubicación Geográfica**



**Fuente:** Olx.com  
**Elaboración:** Olx.com

### **3.3.2 Infraestructura de la planta**

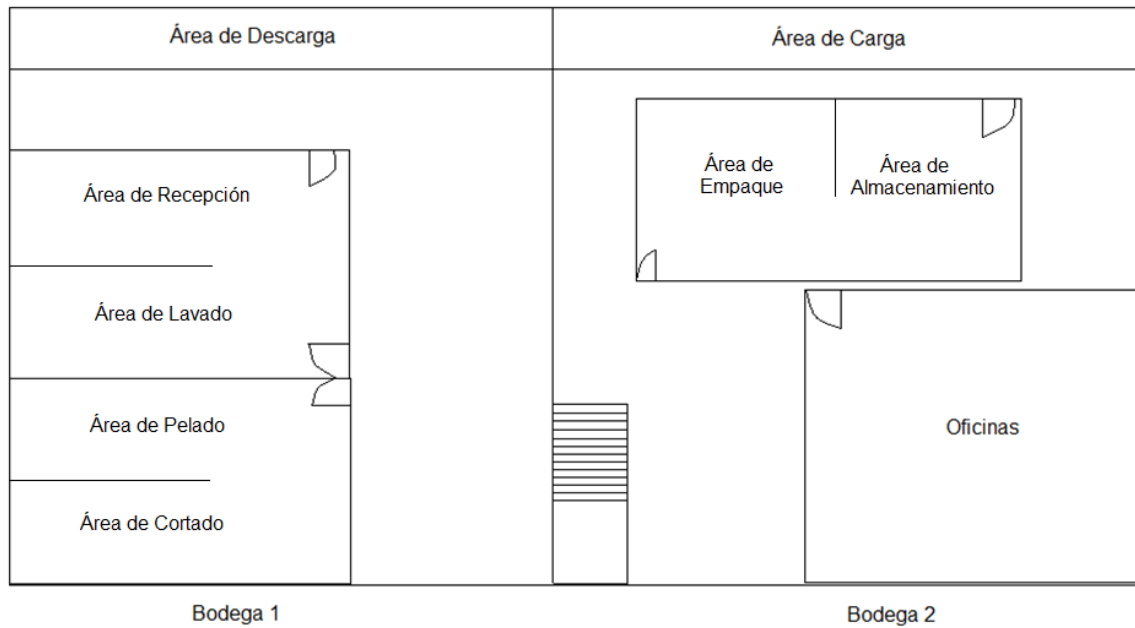
La planta está compuesta por cuatro áreas, Área de Recepción y Lavado, Área de Pelado, Área de Cortado y por último el Área de Empaque y Almacenamiento.

Las mismas que están divididas de la siguiente manera. En el área de descarga es donde se realiza la recepción de la fruta, lugar donde se recibe la fruta de nuestros proveedores y posteriormente se comienza el lavado de la fruta; luego se traslada al área de pelado, después llega al área de cortado es el área específicamente destinada para el pelado del mango; debido a que es la única fruta que debe ir pelada en el empaque. En esta misma área se realiza el proceso de encurtido; mientras que en Área de Carga se encuentra a su vez el



área de empaque, que es donde se procede a llenar los embases con el producto final y el almacenamiento de los mismos, para su posterior embarque.

**Imagen 4 Diagrama de la Planta**



**Fuente:** La autora.  
**Elaboración:** La autora.

### 3.3.3 Equipamiento de la planta

Es importante tomar en cuenta de que para realización de este proyecto se necesita inversión para dos máquinas industriales indispensables para la realización del proceso de producción con eficiencia. Así también se necesitan utensilios básicos que no requieren una cantidad de dinero elevado para su adquisición.

A continuación se muestra una tabla en donde indica el equipo necesario y la cantidad que se deberá adquirir para la realización de este proyecto.

**Tabla 2 Implementos para la producción**

EQUIPO	CANTIDAD
Máquina Peladora de Mangos	1
Máquina Cepilladora/Lavadora	1
Mesas de Acero Inoxidable	3
Cuchillos de Acero Inoxidable	12
Máquina Selladora Eléctrica	3
Camión	2

**Fuente:** La autora  
**Elaboración:** La autora

## CAPÍTULO IV

### DEFINICIÓN DEL PRODUCTO Y LA PRODUCCIÓN

#### 4.1 Tipos de Producto

En la investigación tenemos 3 frutos cítricos diversos el mango, las grosellas y las ciruelas cada fruto con diversas variedades mencionadas a continuación:

El mango por su parte tiene la siguiente clasificación:

1.- TOMMY ATKINS: es originaria de la Florida, del Haden. Es una fruta de 13 cm de largo y 450 a 700 gramos de peso, con forma ovoide a casi redonda, color con base morado a rojizo, bastante resistente a los daños mecánicos debido a la cáscara gruesa, carece de fibra, tiene buen sabor y de pulpa jugosa. (Fundación Mango Ecuador, 2010)

**Imagen 5 Mango Tommy Atkins**



**Fuente:** Fundación Mango Ecuador.  
**Elaboración:** Fundación Mango Ecuador.

2.- HADEN: es una de las más antiguas de Florida, que se originó de la variedad "Mulgoba". Es una fruta grande de 14 cm. de largo y 400 a 600 gramos de peso, de forma ovoide, redondeada con fondo de color amarillo, sobre color rojizo con numerosas lenticelas de color blanco. La pulpa es jugosa, casi sin fibra con sabor ligeramente ácido y de buena calidad. (Fundación Mango Ecuador, 2010)

**Imagen 6 Mango Haden**



**Fuente:** Fundación Mango Ecuador.  
**Elaboración:** Fundación Mango Ecuador.

3.- KENT: se originó de la variedad "Brooks", la que a su vez provino de la variedad "Sandersha". Es una fruta grande que llega a 13 cm ó más de longitud, con un peso promedio de 680 gramos. Tiene una forma ovoide, más bien llena y redondeada con color base verde amarillento y sobre color rojo obscuro, numerosas lenticelas pequeñas y amarillas, Además, tiene pulpa jugosa, sin fibra, rica en dulce y calidad de muy buena a excelente. (Fundación Mango Ecuador, 2010)

**Imagen 7 Mango Kent**



**Fuente:** Fundación Mango Ecuador.  
**Elaboración:** Fundación Mango Ecuador.

4.- KEITT: se originó de una semilla de “Mulgoba”, alrededor de 1.929 en Florida. La fruta crece hasta 12 cm. y pesa de 600 a 700 gramos, su forma es ovalada, con color base amarillo con numerosas lenticelas pequeñas, la pulpa es jugosa y dulce. (Fundación Mango Ecuador, 2010)

**Imagen 8 Mango Keitt**



**Fuente:** Fundación Mango Ecuador.  
**Elaboración:** Fundación Mango Ecuador.

Por su parte las grosellas se clasifican de acuerdo a su color y forma:

1.- Grosella roja: Dos variedades muy populares son la Laxto's número 1 y la Red Lake. En estado silvestre se suelen encontrar en torrenteras húmedas y

cerca de riachuelos. Son bayas globulosas que crecen formando racimos. Cuelgan del árbol como diminutas uvas translúcidas. Su sabor varía del ácido al agrio y pueden llegar a ser bastante insípidas. (Arecetas, 2002)

**Imagen 9 Grosellas Rojas**



**Fuente:** Arecetas.com  
**Elaboración:** Arecetas.com

2.- Grosella negra: De sabor amargo y muy ácido, no se suelen consumir crudas. Las variedades más famosas son las Laxto's giant y la Baldwin son de cosecha tardía. En Francia las mejores grosellas negras florecen en el área de Dijon, donde se usan para preparar el reconocido licor. (Arecetas, 2002)

**Imagen 10 Grosellas Negras**



**Fuente:** InfoJardin.com  
**Elaboración:** InfoJardin.com

3.- Grosella blanca: Son variedades poco cultivadas de color blanquecino o rosáceo, siendo las más importantes: Versailles Blanche, Blanche Juterborg y Blanca de Holanda. Son cultivadas en el Pacífico. (Botanical, 1999)

**Imagen 11 Grosellas Blancas**



**Fuente:** Botanical.  
**Elaboración:** Botanical.

En lo que corresponde a las ciruelas existen muchas variedades, tanto de color como de tamaños. Unas tienen la pulpa (parte comestible) más firme que otras. Algunos tipos tienen la pulpa de color amarilla, blanca, verde y roja.

1.- Sungold: Es una variedad japonesa cuyo fruto es grande y aromático y piel de color rojo cuando madura. Carne de color amarillo-naranja y muy jugoso. Variedad sudafricana que puede estar en el mercado en febrero y abril. (Nova Ágora, 2013)

**Imagen 12 Ciruela Sungold**



**Fuente:** Frutas & Hortalizas.  
**Elaboración:** Frutas & Hortalizas.

2.- Red Beauty: Es una variedad de ciruelo japonés, con el fruto de forma redondeada, calibre medio grueso, teniendo en cuenta que es una variedad muy precoz. Color de la piel rojo-rojo oscuro dependiendo del estado de madurez. Carne amarilla, de textura dura y sabor bueno. Aguanta manipulación y transporte. Árbol muy vigoroso de porte abierto, auto-estéril. La época de maduración va desde finales de mayo a primeros de junio. (Nova Ágora, 2013)

**Imagen 13 Ciruelas Red Beauty**



**Fuente:** Frutas & Hortalizas.  
**Elaboración:** Frutas & Hortalizas.

3.- Reina Claudia Verde: Ciruela europea de tamaño medio redondeado, de color verde, pulpa fina y jugosa, de aroma y sabor característicos. El hueso se desprende fácilmente de la pulpa. Parcialmente auto-fértil. Excelente para mesa, compotas, conservas y mermeladas. Se cultiva en Bélgica, Francia, Inglaterra y España. Disponible en agosto y septiembre. En zonas cálidas de España la recolección es en julio-agosto. (Nova Ágora, 2013)



**Imagen 14 Ciruela Reina Claudia Verde**



**Fuente:** Frutas & Hortalizas.  
**Elaboración:** Frutas & Hortalizas.

4.- Reina Claudia de Oullins: Es una ciruela europea. Variedad francesa. Árbol vigoroso y productivo. Fruto grande de color verde claro, dorado. Carne pálida muy jugosa y de sabor poco azucarado. El hueso no se desprende de la carne con demasiada facilidad. Es una de las variedades más extendidas. Variedad polinizadora: Reina Claudia Verde. (Nova Ágora, 2013)

**Imagen 15 Ciruela Reina Claudia Oullins**



**Fuente:** Frutas & Hortalizas.  
**Elaboración:** Frutas & Hortalizas.

5.- Angelino: Es una variedad japonesa con fruto de tamaño grande, color rojo oscuro y cuando madura todavía más. De sabor dulce y carne amarilla. Poca productiva pero muy buena conservación del fruto. Maduración desde mediados a finales de septiembre. (Nova Ágora, 2013)

**Imagen 16 Ciruela Angelino**



**Fuente:** Frutas & Hortalizas.  
**Elaboración:** Frutas & Hortalizas.

## **4.2 Valor Nutritivo**

Para los mangos las cantidades nutritivas de este fruto le permiten competir con gran variedad de frutas tropicales. A excepción del aguacate, ninguna otra fruta aporta tantos nutrientes como el mango, debido al alto contenido de carbohidratos, buen contenido de pro-vitamina A, vitamina B – “Tiamina”, “Riboflavina” y “Acido Ascórbico”, pocas cantidades de Calcio, Hierro y Fósforo; no obstante, debe mencionarse que la composición química varía con su estado de desarrollo, la variedad y las condiciones de cultivo.

Los frutos del mango constituyen un valioso suplemento dietético, pues es muy rico en vitaminas A y C, minerales, fibras y anti-oxidantes; siendo bajos en calorías, grasas y sodio. Su valor calórico es de 62-64 calorías/100 g de pulpa. En la siguiente tabla se muestra el valor nutritivo del mango en 100 g de parte comestible. (Fundación Mango Ecuador, 2010)

**Tabla 3 Elementos Nutricionales del Mango**

COMPONENTES	VALOR MEDIO
Agua (g)	81.8
Carbohidratos (g)	16.4
Fibra (g)	0.7
Vitamina A (U.I.)	1100
Proteínas (g)	0.5
Ácido ascórbico (mg)	80
Fósforo (mg)	14
Calcio (mg)	10
Hierro (mg)	0.4
Grasa (mg)	0.1
Niacina (mg)	0.04
Tiamina (mg)	0.04
Riboflavina (mg)	0.07

**Fuente:** Fundación de Mango.

**Elaboración:** Fundación de Mango.

Por su parte las grosellas son de bajo valor calórico por su escaso aporte de hidratos de carbono. Son especialmente ricas en vitamina C, además de tener buena fuente de fibra. Lo que en realidad caracteriza a estas frutas es su abundancia de pigmentos naturales (carotinoides) de acción antioxidante. En la alimentación humana, este tipo de frutas contribuyen con los ácidos orgánicos tales como el ácido oxálico o el ácido málico, responsables también de su sabor. La vitamina C tiene acción antioxidante. Dicha vitamina interviene en la formación de colágeno, huesos y dientes, glóbulos rojos y favorece la absorción del hierro de los alimentos y la resistencia a las infecciones. (Caorsi, Fundación Eroski, 2002)

**Tabla 4 Elementos Nutricionales de las Grosellas**

Calorías (Kcal)	29,3 - 35,1
Hidratos de carbono (g)	6,6 - 4,4
Fibra (g)	5,5 - 5,8
Potasio (mg)	370 - 280
Magnesio (mg)	1,3 - 1,2
Provitamina A (mcg)	60 - 36
Vitamina C (mg)	200 - 40
Vitamina E (mg)	16,6 - 4,2

mcg = microgramos

**Fuente:** Eroski Consumer.

**Elaboración:** Eroski Consumer.

Las ciruelas por su parte tienen un aporte calórico por fruto de apenas 40 calorías (en unidades pequeñas de unos 60-70 gr). Una sola ciruela aporta poco menos de medio gramo de grasas, la misma cantidad de proteínas y unos 10 gr. de hidratos de carbono. La ciruela es una fruta rica en vitaminas A, C y E., estos elementos de acción antiséptica y bactericida que ayudan a combatir algunos elementos tóxicos en el organismo; disminuyen el riesgo cardíaco y mejoran la circulación a nivel cerebral.

Por sus características nutricionales las ciruelas son las frutas recomendadas para mejorar el sistema inmunológico de forma generalizada, protegiendo al mismo tiempo todos los tejidos externos del cuerpo (piel, pelo, mucosas), los huesos y la visión de quienes lo consumen. (Hugo, 2011)

**Tabla 5 Elementos nutricionales de las ciruelas**

Composición por 100 gramos de porción comestible

Calorías	45
Hidratos de carbono (g)	11
Fibra (g)	2,1
Potasio (mg)	190
Magnesio (mg)	8
Calcio (mg)	14
Vitamina C (mg)	3
Provitamina A (mcg)	21
Vitamina E (mg)	0,7

mcg = microgramos

**Fuente:** Eroski Consumer.

**Elaboración:** Eroski Consumer.

## 4.3 Definición del Producto

Los productos a elaborar son la pulpa del mango cortado, las grosellas y las ciruelas encurtidas o marinadas (proceso de solución acuosa). Procesos que se desarrollarán con la más alta calidad e higiene, con el fin de ser un producto competitivo para el mercado estadounidense.

### 4.3.1 Marca

Es el nombre comercial, símbolo o diseño con el cual se identificará al producto en el mercado. En este caso la marca elegida para los productos se deriva del mismo nombre de la compañía **Citrix Fruit**. Debido a que el propósito de la marca es identificar de forma única un producto con relación a la competencia.

El nombre fue seleccionado por las siguientes cualidades:

- Estrategia para el posicionamiento de la marca y de la empresa que lo provee.
- Nombre fácil de recordar y de pronunciar.
- Originalidad.
- El nombre se relaciona con el producto.

#### **4.3.2 Slogan**

El slogan es la frase típica con la cual se realiza publicidad ensalzando de alguna manera una cualidad del producto. En este caso el slogan está escrito en inglés debido al mercado al cual se dirige “Ready to taste”, en español listo para degustar.

Este slogan fue escogido debido a que el producto está listo para el consumo humano, el consumidor solo necesita abrir el empaque para consumirlo.

#### **4.3.3 Empaque**

La decisión de escoger una bolsa Doy pack con sellado zip-zap para exportar el producto, en primera instancia fue para disminuir los costos. Pero también fue pensado por el enfoque que se le quiere dar a los productos, debido a que debe ser listo para el consumo sin necesidad de utilizar una botella de vidrio como la mayoría de los encurtidos es comercializado en Estados Unidos.

A continuación se detallan los elementos del empaque:

- Tamaño: 100, gr.
- Forma: Empaque primario Doy pack.
- Sellado: Zip-Zap.
- Material: Plástico.
- Color: Transparente.

#### **4.3.4 Etiqueta**

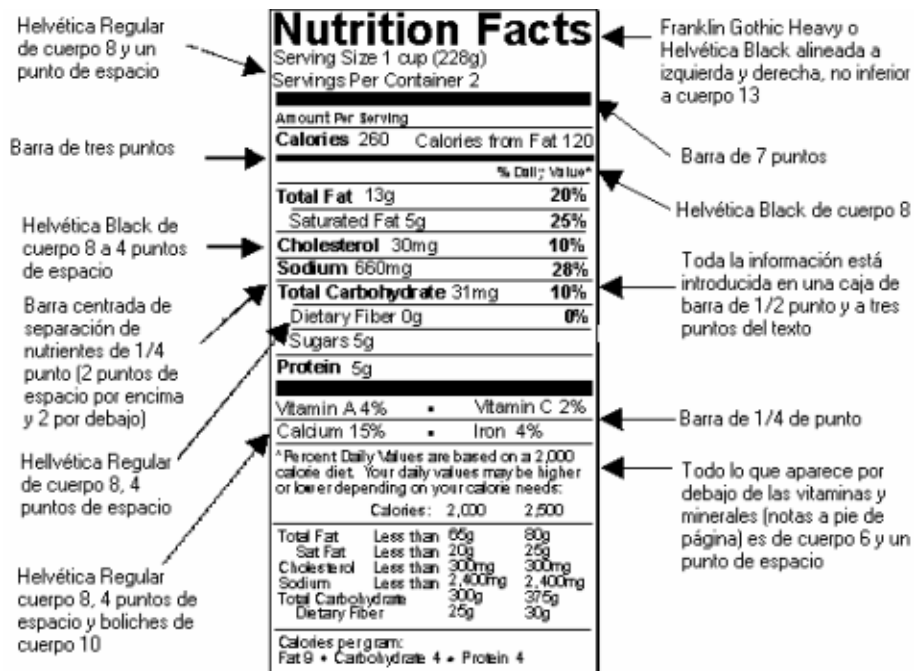
La elección de la etiqueta va dirigida plenamente a la identificación del producto, además de la marca es la imagen principal para el consumidor, por tal motivo debe poseer un colorido diseño en el cual identifique el producto que se oferta en su interior. Además debe ser sencilla debido a que va dirigido a un segmento extenso del mercado.

Las etiquetas poseen la siguiente información:

- Nombre del producto.
- Marca / Nombre de la Compañía.
- Fecha de elaboración y caducidad del producto.
- Información nutricional.
- Listado de Ingredientes.
- Peso y Precio.

Según las normas de etiquetado norteamericano, son dictadas por la FDA<sup>4</sup> se debe seguir el siguiente bosquejo:

**Imagen 17 Normas Etiquetado del mercado norteamericano**



**Fuente:** Centro de Trámites de Exportación.  
**Elaboración:** Centro de Trámites de Exportación.

Existen 3 organismos gubernamentales en los Estados Unidos responsables de hacer cumplir los requisitos legales en el etiquetado de productos alimenticios. Estos son: La FDA, el FSIS<sup>5</sup> y el USDA<sup>6</sup>. Los cuales son Responsable de hacer cumplir la Ley sobre Alimentos, Drogas y Cosméticos y otras leyes decretadas por el Congreso de los Estados Unidos. Por otra parte, con respecto al empaque de los productos alimenticios cuenta con dos áreas específicas: Una

<sup>4</sup> FDA: Food and Drug Administration

<sup>5</sup> FSIS: Servicio de Inspección y Seguridad Alimentaria

<sup>6</sup> USDA: Departamento de Agricultura de los Estados Unidos



la etiqueta de presentación principal conocida en Estado Unidos como PDP<sup>7</sup>, donde la etiqueta requiere el nombre del producto y la declaración del contenido neto del mismo; y una etiqueta informativa donde consta la información nutricional, la declaración de los ingredientes y el nombre y la dirección del fabricante, la planta envasadora o el distribuidor.

Imagen 18 Etiquetas parte Principal



Fuente: La autora.  
Elaboración: La autora.

Imagen 19 Etiquetas parte posterior



Fuente: La autora.  
Elaboración: La autora.

<sup>7</sup> PDP: Principal Display Panel

**Tabla 6 Información nutricional etiqueta autorizada en EE.UU.**

<b>NUTRITION FACTS</b>	
Serving Size 30 g	
Portion Per Packet 5	
Amount Per Serving	
<b>Energy (Calories)</b> 21kJ (5cal)	
<b>Energy Fat</b> 0 kJ 0%	
<b>% Daily Value*</b>	
<b>Total Fat</b> 0 g	
<b>Saturated Fat</b> 0 g	
<b>Cholesterol</b> 0 mg	
<b>Sodium</b> 190 mg	
<b>Total Carbohydrate</b> 0 g	
<b>Dietary Fiber</b> 1 g	
<b>Sugars</b> 0 g	
<b>Protein</b> 0 g	
<b>Vitamin A</b> 22% <b>Vitamin C</b> 11%	
<b>Iron</b> 1% <b>Calcium</b> 1%	
Percent Daily Values are based on a diet of 8380 kJ (2000 calories). Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs.	

**Fuente:** La autora.

**Elaboración:** La autora.

#### **4.3.5 Precio**

El precio de este producto fue establecido de acuerdo a la calidad del producto y al mercado en el que se venderá. En este caso de acuerdo a la presentación de 110 gr., y al destino de la exportación Miami-Florida el precio ideal para la venta al público varía de acuerdo al tipo de producto:

- Mangos Encurtidos: \$ 3,50

- Grosellas Encurtidas: \$2,90
- Ciruelas Encurtidas: \$ 3,10

Los objetivos del precio establecido son:

- Disminuir la posibilidad de nuevos competidores.
- Ofertar un precio asequible para todos los posibles consumidores.
- Mantener la equidad con respecto a los productos encurtidos que se comercializan actualmente en dicho mercado.

#### 4.3.6 Plaza

Para establecer la plaza donde se comercializa el producto primero se debe mostrar el siguiente diagrama de los canales de distribución.

**Imagen 20 Canales de Distribución**



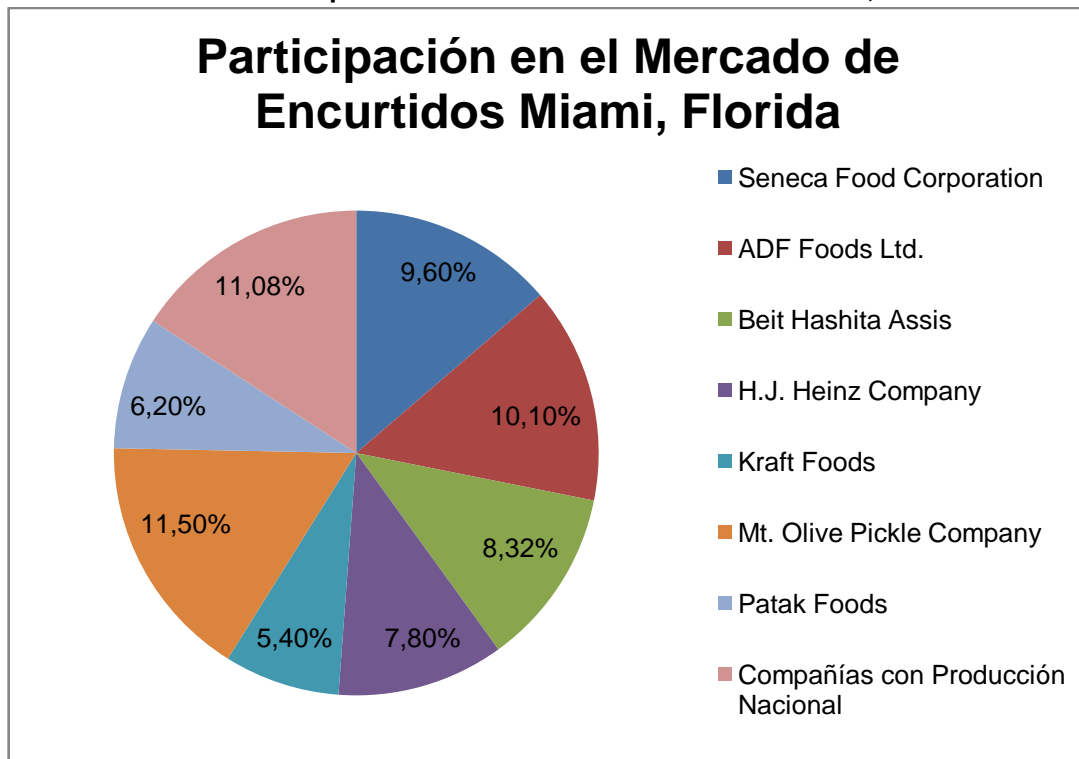
**Fuente:** La autora.  
**Elaboración:** La autora.

El canal de distribución va desde la empresa exportadora hacia el importador intermediario, el cual se encargará de distribuir directamente a los

Supermercados, MiniMarkets y Tiendas en Miami, Estados Unidos, para que de esta manera llegue al consumidor final de forma agil y sin ningún inconveniente.

La empresa escogida como importador es Libby's, la cual pertenece a Seneca Food Corporation, la misma que tambien ofrece hortalizas vegetales procesados para marcas privadas. Existen 8 compañías posicionadas en el mercado de encurtidos en Miami, Florida de las cuales Seneca Food Corporation tiene una participación del 9.6 % en el mercado con mayor apertura a las marcas pequeñas. Aunque las empresa con mayor participacion en el mercado son Mt. Olive Pickle Company y ADF Foods Ltd. Esto según el siguiente gráfico. (Global Industry Analysis, 2001)

**Gráfico 1 Participación en el Mercado de Encurtidos Miami, Florida**



**Fuente:** Global Industry Analysis Inc.

**Elaboración:** La autora.

#### 4.3.7 Promoción

La promoción en este caso no es un elemento influyente en la empresa pero se realiza marketing directo con los importadores.

#### 4.4 Análisis Microentorno y Macroentorno

Imagen 21 Entorno de la empresa



**Fuente:** Mercadotecnia.

**Elaboración:** Mercadotecnia.

Por la parte del Microentorno es la parte que influye a la empresa:

Con respecto a las frutas:

Los mangos son consumidos en gran cantidad en el mercado norteamericano. En el año 2013 el monto de las compras sobrepasó la barrera de los 500 millones de dólares, tanto del mango fresco, como procesado y congelado. Las cifras hacen parte de un análisis realizado por el Servicio de Investigación económica del Departamento de Agricultura de Estados Unidos. El gran dominador del mercado es México, después aparecen en orden de importancia

Perú, Ecuador y Brasil, con volúmenes que han oscilado entre las 35.000 y 25.000 toneladas anuales. (Duque, 2013)

Las grosellas por su parte son consumidas por el mercado estadounidense en menor cantidad a diferencia de los mangos, se la utiliza en gran parte como mermeladas, ensaladas, tartas o como adornos. El mayor proveedor en este mercado es Rusia, aunque existen ciertas variedades producidas en el territorio norteamericano, es altamente comercializada en Oregón. Las grosellas europeas también tienen un alto nivel de consumo pero tienden a ser más susceptibles a enfermedades. (Cole, 2013)

Las ciruelas en cambio tienen un nivel de consumo medio dependiendo el tipo de ciruela al cual forme parte, debido a que las ciruelas pasas son altamente consumidas, pero por su parte las conocidas como Prunus tienen un nivel de consumo menor. En donde forman parte de los demás frutos no tradicionales que importa los Estados Unidos, que cuenta con una buena acogida en el mercado. Se consume en mermeladas, encurtidos y como fruto.

<b><u>Amenaza de nuevos ingresos</u></b>	<b><u>Poder negociador de los proveedores</u></b>
Existen competidores directos en el mercado, pero no están establecidos en el sector al cual está dirigido el proyecto, porque no existen competidores que exporten a Miami encurtidos de estos frutos provenientes del mercado Ecuatoriano. Existen frutos encurtidos importados de la China y Europa establecidos en New York y	Citrix Fruit S.A. tiene poder de negociación con los proveedores, porque la materia prima requerida, debido a que su materia prima son las frutas las cuales son abundantes en el mercado ecuatoriano, por lo que si un proveedor incumple su contrato o establece un aumento en los precios,

<p>California. Sin embargo en el mercado también existen grandes productos que son competidores indirectos o sustitutos que podrían convertirse en futuros competidores llegaran a imitar este producto con una mejor calidad y nuevos procesos industriales, ya que tienen un gran poder monetario y también conocen mejor el mercado.</p>	<p>se puede negociar o encontrar otro proveedor, el cual ofrezca mejor precio y calidad de los productos. Es decir, existe el poder de elección de los proveedores, debido a la gran oferta en Ecuador. Tanto de mangos como ciruelas y grosellas.</p>
<p><b><u>Poder negociador de los clientes</u></b></p> <p>Citrix Fruit S.A., no posee el poder de negociación con los consumidores finales, porque EE.UU. es un mercado nuevo para la compañía, por lo que se debe posesionar la marca en la mente del consumidor.</p> <p>Significa que los futuros compradores no dependen de estos productos. Pero a su vez por la variedad de frutos pueden llegar a ser consumidores potenciales. Pero se puede negociar con la empresa importadora para establecer un precio aceptable donde ambas partes ganen.</p>	<p><b><u>Amenaza de productos sustitutos</u></b></p> <p>Existen grandes productos sustitutos en el mercado de marcas conocidas como Mc. Clure's o los pepinillos Kosher Dill.</p> <p>La posibilidad de que los productos sustitutos existentes en el mercado se vuelvan competidores potenciales es alta, ya que si las corporaciones estadounidenses reconocen que los productos ofertantes por Citrix Fruit son productos potenciales en el mercado, pueden llegar a invertir para importar estos productos y venderlos en el mercado estadounidense. Pero la ventaja competitiva es la variedad de productos ofertantes.</p>

Dentro del Macroentorno se incluyen las grandes fuerzas sociales que influyen en todo el Microentorno; las cuales están descritas de la siguiente manera:

✓ **Políticos:**

Estados Unidos es potencia mundial hoy en un día y sus políticos y su gobierno tuvo muchos impactos en la economía global alrededor de todo el mundo. Desde nuestro punto de vista EE.UU. tendría los siguientes factores políticos:

La regulación y la protección del medio ambiente: La fundación de derecho medio ambiente (ELF), esta fundación ayuda a los pueblos que usan la ley para proteger y mejorar su medio ambiente y calidad de vida.

Las políticas fiscales: El nuevo gobierno EE.UU. recoge los ingresos procedentes de los derechos de aduana y los impuestos selectivos llamados impuestos especiales sobre temas tales como licores, tabaco, azúcar y ciertos documentos legales.

La regulación internacional del comercio y restricciones: El gobierno de EE.UU. incrementa o mantiene muchas de políticas sobre el comercio. Además de la política arancelaria y otros.

La ley de empleo: La Corte Suprema del estado dictaminó recientemente que disposición contra la represalia de los trabajos justos estándares como proteger a los trabajadores.

La regulación de competencia: La ley de competencia, conocido en Estados Unidos como la ley antimonopolio, es la ley que promueve o mantiene la competencia de mercado mediante la regulación de la conducta anticompetitiva.

Normas de seguridad: Se hacen las leyes de seguridad en relación con la delincuencia, prisiones, y correcciones. Safe Kids EE.UU. la cual trabaja para asegurar que las leyes estatales y federales ayuden a prevenir las lesiones



infantiles. Leyes de seguridad pueden hacer los productos más seguros para los consumidores y promover la utilización de los dispositivos de seguridad.

La libertad de prensa: Estados Unidos Clasificado en un ranking de 36 a nivel mundial por la Libertad de Prensa. El derecho del público a saber es uno de los principios centrales de la sociedad estadounidense.

Importar y exportar: La Web USITC Interactivo de Aranceles Aduaneros y Comercio de Datos proporcionan estadísticas del comercio internacional y los datos arancelarios de Estados Unidos para el público de tiempo completo y de forma gratuita. Las estadísticas de importación, las estadísticas de exportación, los aranceles, las tarifas futuras del mismo. Información de preferencias arancelarias están disponibles en un autoservicio, base interactiva.

✓ **Económico:**

En lo que corresponde a nivel económico se puede tomar como referencia el siguiente gráfico:

**Tabla 7 Principales Indicadores Económicos**

Indicadores Económicos	
<b>Desempleo</b>	8.9% (Marzo 2011)
<b>PIB</b>	2.8% (2011), 2.8% (2010–2012)
<b>IPC</b>	2.7% (Marzo 2011 – Marzo 2012)
<b>Pobreza</b>	14.3% (2011)
<b>Deuda Pública estadounidense</b>	\$14.22 trillones (Marzo 21, 2012)
<b>Patrimonio Neto por hogar</b>	\$54.2 trillones (2010)

**Fuente:** Departamento de Estado de EE.UU.

**Elaboración:** La autora

El gráfico indica que la ciudad de Miami, Estados Unidos tiene un nivel de desempleo equivalente a 8.9 % para el año 2013; lo que muestra un promedio alto en lo que corresponde a personas desempleadas en este estado. Por su parte el Producto Interno Bruto es de 2.8 % medida macroeconómica que mide la producción de bienes y servicios de esta región. Así también el IPC es el índice de precios al consumidor que influye en 2.7% en el periodo 2011- 2012. Así también la pobreza en el 2011 se establece en 14.3 %, la cual es considerada una cifra alta para la región, esto se debe al alto porcentaje de inmigrantes y desempleo en la región.

Finalmente la deuda pública estadounidense tiene un promedio de \$ 14.22 trillones para el mes de marzo en el año 2012. Y el patrimonio neto por hogar se encuentra en \$ 54.2 trillones para el año 2010. Datos emitidos por el Departamento de Estado de los Estados Unidos de Norteamérica.

Los EE.UU. tiene la economía más grande y tecnológicamente más poderosa del mundo, con un PIB per capital de 47.400 dólares. En esta economía orientada hacia el mercado, los particulares y las empresas toman la mayoría de las decisiones, y los gobiernos federal y estatal compran bienes y servicios necesarios predominantemente en el mercado privado. Las empresas de negocios de Estados Unidos gozan de una mayor flexibilidad que sus contrapartes en Europa occidental y Japón en las decisiones de ampliar la planta de capital, para despedir a los trabajadores excedentes, y para desarrollar nuevos productos.

Incluye Geografía, clima y medio ambiente. La extensión territorial de los estados contiguos de Estados Unidos es de aproximadamente 1,9 mil millones (770 millones de hectáreas).

La ecología EE.UU. es considerado "mega diverso"; cerca de 17.000 especies de plantas vasculares se producen en los estados contiguos de Estados Unidos

y Alaska, más de 1.800 especies de plantas con flores se encuentran en Hawai, algunos de los cuales se producen en el continente.

Los Estados Unidos es el tercer o cuarto país más grande del mundo por superficie total (tierra y agua), ubicándose detrás de Rusia y Canadá, y justo por encima o por debajo de China.

En total, el gobierno posee el 28,8 % de la superficie terrestre del país. La mayor parte de este está protegido, aunque algunos han sido arrendados para la perforación de petróleo y gas, la minería, la tala o la ganadería; 2,4 % se utiliza para fines militares.

**Tabla 8 Descripción por Raza y Etnia EE.UU.**

Raza/ Etnia (2010)	
<b>Blanca</b>	72.4%
<b>Negra/ Afroamericanos</b>	12.6%
<b>Asiáticos</b>	4.8%
<b>Dos o más razas</b>	2.9%
<b>Hispanos/Latinos (de otras razas)</b>	16.3%

**Fuente:** Departamento de Estado de EE.UU.

**Elaboración:** La autora

✓ **Cultura:**

Miami es considerada una plataforma ideal para el comercio y las relaciones con los países de América Latina, por su posición geopolítica y por su diversidad de cultura. Los hispanos de Miami constituyen casi 60 por ciento de sus residentes. Los inmigrantes cubanos son mayoría en la región con más de 600.000, pero también residen comunidades nicaragüenses, brasileñas, colombianas, ecuatorianas, puertorriqueñas y haitianas.

Entre otros grupos de notable presencia en la última década se destacan además hondureños, dominicanos, mexicanos, venezolanos, peruanos y jamaicanos.

Casi todas las regiones del mundo han influido en la cultura estadounidense, ya que es un país de inmigrantes, especialmente el inglés que colonizó el país a partir de principios de 1600. Cultura de los EE.UU. también ha sido moldeada por las culturas de los nativos americanos, latinoamericanos, africanos y asiáticos. (Cancio, 1998)

La diversidad cultural enfrenta serios desafíos cuando se trata de unificar y satisfacer intereses entre todos los grupos étnicos de la comunidad, integrada además por 24 por ciento de angloestadounidenses y 21 por ciento de afroestadounidenses.

Íconos culturales americanos: tarta de manzana, béisbol, y la bandera americana.

Los Estados Unidos es una nación multicultural, hogar de una gran variedad de grupos étnicos, tradiciones y valores.

A medida que el tercer país más grande en la palabra con una población de más de 315 millones de dólares, los Estados Unidos es el país con mayor diversidad cultural en el mundo. El Nordeste, Sur, Centro-Oeste, Sudeste y occidentales de los Estados Unidos tienen tradiciones y costumbres distintas. (USA.gov, 2014)

Con respecto a la religión en Miami, en la actualidad hay 500 iglesias diferentes de más de 32 confesiones diferentes. Entre las confesiones más importantes están el bautista con 79 iglesias que representan a la mayoría de la población y la Iglesia Católica.

Los cubanos trajeron la conga y la rumba de sus tierras natales y de inmediato la popularizaron en la cultura americana. Los de Puerto Rico trajeron consigo últimamente un nuevo ritmo musical; El Reggaetón. Los dominicanos hicieron lo mismo con la bachata y el merengue, mientras que los colombianos trajeron el vallenato y la cumbia colombiana y los caribeños el reggae.

Gustos y Preferencias:

En lo que corresponde a lo cultural en los gustos y preferencias las diversas comunidades latinas incluyendo los cubanos consumen en gran cantidad frutos importados por los Estados Unidos y producidos en Miami, Florida. Entre estos frutos están los mangos, bananas, piñas, y demás frutos no tradicionales en los que se incluyen las grosellas y ciruelas.

Por su parte los latinos como los puertorriqueños, cubanos, dominicanos y ecuatorianos tienden a consumir frutas con algún aderezo como lo son la sal o el azúcar, con el fin de darle una combinación o sabor diferente a los diversos frutos. Por tal motivo así como los nativos estadounidenses consumen encurtidos por su sabor, lo hacen los latinos porque es parte de su cultura.

✓ **Tecnología:**

Los Estados Unidos ha sido un líder en la investigación científica y la innovación tecnológica desde el siglo 19. EE.UU. tiene la tecnología anticipada en muchos sectores y ámbitos como

Agricultura:. Los agricultores usan tractores grandes que funcionan con combustible, y agua que se queda sin tuberías. . Estas máquinas son alimentadas por la tecnología de combustible que se bombea desde el interior de la tierra.

Las armas nucleares: Durante la Segunda Guerra Mundial, el Proyecto Manhattan desarrollaron armas nucleares, marcando el comienzo de la Era Atómica.

El acceso a Internet de banda ancha: los americanos poseen altos niveles de los bienes de consumo tecnológico, y casi la mitad de los hogares estadounidenses tienen acceso a Internet de banda ancha.

Investigación y desarrollo: La mayor parte de los fondos de investigación y desarrollo, el 64 %, proviene del sector privado. Estados Unidos lidera el mundo en trabajos de investigación científica y el factor de impacto.

## **4.5 Análisis Foda**

### **Fortalezas**

- Materia Prima de origen Ecuatoriano.
- El poco tiempo empleado entre el proceso de producción y empaque.
- Bajos costos de producción.
- Dirigida a emigrantes ecuatorianos y a consumidores de encurtidos.

### **Oportunidades**

- Incentivo y apoyo para los exportadores microempresarios.
- El mercado de frutas cítricas marinadas es altamente consumida en Estados Unidos.
- Frutos dirigidos a consumidores latinoamericanos y estadounidenses.

### **Debilidades**

- Alto costo en la mano de obra ecuatoriana.
- Inversión en maquinaria importada.
- Existencia de productos sustitutos en el mercado.

## **Amenazas**

- Existen barreras de tipo sanitarias y fitosanitarias.
- No existencia de acuerdos comerciales con Estados Unidos y la no renovación del ATPDA.
- Logística nacional, en cuanto al tiempo en que se demora en salir el producto desde que llega al puerto de Guayaquil hasta el puerto de destino; Miami.

## **4.6 Proceso de producción**

El proceso de producción empieza desde el momento que se recibe la futa en la planta, se realizará de forma artesanal, debido a que el proceso de encurtido o marinado no necesita de maquinaria industrial para la realización del mismo.

La producción en la planta va desde que la materia prima es decir la fruta sin tratar llega a la planta hasta que es empacada y almacenada para la espera de su exportación.

La producción por su parte tiene un seguro por medio de la compañía Seguros Generali valorado en \$ 49.980,00 anuales, los cuales equivalen al 10 % del valor de las ventas; este valor tiene como finalidad cubrir cualquier tipo de riesgo que puede llegar a ocurrir durante el proceso productivo.

### **4.6.1 Recolección de Materia Prima**

- Mango

El mango es de origen indo-malayo, de donde se explayó a Vietnam, Indonesia, y Pakistán. Es considerado una fruta apetitosa, tropical y exótica, debido a su excelente sabor, textura y calidad. Además de ser considerado un producto alto en vitaminas A y C, minerales y fibras; así como también es

considerado bajo en grasas, calorías y sodio. Es cultivado en su mayoría en la provincia de la costa aproximadamente en unas superficies de 7700 hectáreas registradas y más de 6500 son dedicadas a la exportación. (Fundación Mango Ecuador, 2010)

### **Proveedores:**



#### **Información de Contacto**

Arq. Yamil Farah – Gerente General

Km. 22,5 Vía Daule

Teléfonos: (5934) 2267497/ 498/ 499/ 500

Fax: (5934) 2267717

P.O. Box 09 - 01 - 3438

Correo Electrónico: yamfarah@yahoo.com

Guayaquil – Ecuador



#### **Información de Contacto**

REFIN S.A.

Km 1.5 vía a Samborondón. Edificio Samborondón Plaza Piso 5, oficina 505

Samborondón

Telefax: +593 4 6000224

Móvil: +593-9-9252808

Correo

Electrónico: [bmalo@refintropicals.com](mailto:bmalo@refintropicals.com), [bmalo@gye.satnet.net](mailto:bmalo@gye.satnet.net)  
y [refinsa@gye.satnet.net](mailto:refinsa@gye.satnet.net)

Sitio Web: <http://www.refintropicals.com>

Guayaquil, Ecuador





## Información de Contacto

Ing. Oscar Orrantia

Km. 14.5 vía a Daule

Teléfono:+5934- 5012200-5012201-5012202

Fax: +593 4 2893648

Correo

Electrónico: Orrantia@durexporta.com y durexporta@durexporta.com

Sitio Web: <http://www.durexporta.com/>

Guayaquil, Ecuador

Los proveedores de mango forman parte de los mayores productores y distribuidores de mango a nivel nacional e internacional. Se encuentran entre los mas grandes exportadores y productores de Funación Mango Ecuador. Por lo tanto la relacion comercial es directa, va de proveedor a exportador.

### o Grosellas

Las grosellas son frutos comestibles conocidos como *Phyllanthus acidus*; considerada una fruta acida achatada y altamente consumida en Ecuador. La pulpa del fruto está compuesta en 91,7% de agua; 6,4% de carbohidratos, 0,7% de proteínas; 0,6% de fibras y 0,5% de cenizas. Entre sus grandes cualidades están defensor del cáncer, la anemia y la artritis, es astringente, contiene un ácido que combate los efectos nocivos del humo del tabaco, también protege los tejidos corporales y previene la diabetes, ayuda a eliminar el ácido úrico, asimismo es rica en potasio, un mineral que ayuda a reducir la presión arterial, cura afecciones cutáneas. (Eroski Consumer, 2007)

**Proveedores:**

Agricultores de las siguientes zonas: Quevedo-Recinto San Vicente y Oro Verde

Santo Domingo y Bucay

Agricultor Aníbal Velasco

Teléfono: 0989828461

En este caso el proveedor es contactado de manera directa, en donde se establece que la totalidad de su producción va destinada a las exportaciones. La relación comercial es directa y se establece mediante contrato fijo.

o Ciruelas

Este fruto carnoso de una sola semilla, sus principales productores se encuentran en la provincia de Santa Elena, aunque también se cultiva en las provincias de Los Ríos y Manabí.

**Proveedores:**

Agricultores de la zona de: Santa Elena- Socios del Gremio productor del fruto.

Sr. José Gavino, Segundo Borbor.

Teléfono: 0980452009

Los proveedores de ciruelas forman parte del gremio productor en la provincia de Santa Elena, en donde se establece una relación de socios comerciales, donde una parte de su producción va destinada a la exportación.

**Tabla 9 Precio por cajas necesarias para la producción mensual**

Producto	N° de Cajas mensuales	Precio por Caja	Total
Mangos	900	\$ 5,30	\$ 4.770,00
Grosellas	500	\$ 4,50	\$ 2.250,00
Ciruelas	500	\$ 4,90	\$ 2.450,00

**Fuente:** La autora.  
**Elaboración:** La autora.

o **ÁCIDO ASCÓRBICO**

Es un ácido orgánico, con propiedades antioxidantes proveniente del azúcar, detiene el proceso de maduración de la fruta. Estos ácidos permiten que no se oxide la fruta y se mantenga por largos periodos de tiempo.

**Proveedores:**



Dirección: Km 12 ½ vía Daule, Parque California 2, Bloque D. Bodegas 1, 2, 24, 25

Teléfonos: (593-4) 2103 418 - 2103 565 - 2103 476

Fax: (593-4) 2103 674

E-mail: [infouio.aditmaq@aditmaq.com](mailto:infouio.aditmaq@aditmaq.com)

Web: [www.aditmaq.com](http://www.aditmaq.com)



Dirección: Av. De los Shyris 344 y Eloy Alfaro, edificio El Parque Central piso 7, oficina 708

Teléfonos: (593-2) 333 2751 / 333 2815 / 333 0612 / 382 5598

E-mail: [toptrading@interactive.net.ec](mailto:toptrading@interactive.net.ec)  
[ventas@toptrading.ec](mailto:ventas@toptrading.ec)

Web: [www.toptrading.ec](http://www.toptrading.ec)

- **ÁCIDO CÍTRICO**

El ácido cítrico es un ácido orgánico “tricarboxílico”, que está presente en la mayoría de las frutas. Es un buen conservante y antioxidante natural que se añade industrialmente en el envasado de muchos alimentos como las conservas (C.A.)

**Proveedores:**



Dirección: Av. Casuarinas No. 100 y Km. 9.5 vía a Daule

PBX: (593-4) 370 4040

Fax: (593-4) 370 4042

E-mail: [ventas@solvesaecuador.com](mailto:ventas@solvesaecuador.com)

Web: [www.solvesaecuador.com](http://www.solvesaecuador.com)



Dirección: Av. De los Shyris 344 y Eloy Alfaro, edificio El Parque Central piso 7, oficina 708

Teléfonos: (593-2) 333 2751 / 333 2815 / 333 0612 / 382 5598

E-mail: [toptrading@interactive.net.ec](mailto:toptrading@interactive.net.ec)

[ventas@toptrading.ec](mailto:ventas@toptrading.ec)

Web: [www.toptrading.ec](http://www.toptrading.ec)

- **SORBATO DE POTASIO**

Evita el crecimiento de microorganismos principalmente hongos y levadura. Es la sal de potasio del “ácido sórbico” ampliamente utilizado en alimentación como conservante. El ácido sórbico se encuentra en forma natural en algunos frutos. Comúnmente en la industria alimenticia se utiliza el sorbato

de potasio ya que este es más soluble en agua que el ácido sórbico. Es un conservante fungicida y bactericida. (C.A.)

**Proveedores:**



Dirección: Av. Casuarinas No. 100 y Km. 9.5 vía a Daule

PBX: (593-4) 370 4040

Fax: (593-4) 370 4042

E-mail: [ventas@solvesaecuador.com](mailto:ventas@solvesaecuador.com)

Web: [www.solvesaecuador.com](http://www.solvesaecuador.com)



Dirección: Km. 9 ½, Vía a Daule (Sector Inmaconsa),  
Calle Casuarinas y Quinquellas

PBX: (593-4) 2658000

Email: [correo@granotec.com.ec](mailto:correo@granotec.com.ec)

○ SAL GRANULADA

Es uno de los tipos de sal más utilizados en la cocina. La sal o el cloruro de sodio es uno de los principales condimentos, proveniente de fuentes naturales.

**Proveedores:**



SALYMAR

La Planta vía Anconsito

Col. Anconsito, Salinas, Santa Elena, Ecuador

Juan Luis Vives s/n e/ Av. 1ro de Mayo

Col. Yanuncay, Cuenca, Azuay, Ecuador

**Tabla 10 Precio mensual sobre Materia Prima Requerida**

<b>Producto</b>	<b>Precio por Quintal</b>
Ácido Ascórbico	\$ 8,30
Ácido Cítrico	\$ 5,20
Sorbato de Potasio	\$ 5,00
Sal en Grano	\$ 8,20

**Fuente:** La autora.

**Elaboración:** La autora.

### **Firma de contrato**

Para la firma del contrato se deben tener en cuenta ciertas cláusulas importantes:

1.- Objeto del Contrato: Se realiza un contrato de prestación de servicios donde el proveedor se obligue a cumplir con los volúmenes de producción requeridos con un aumento progresivo aproximadamente de 25 % anual, que va de acuerdo a la estimación de los volúmenes de venta. Y a su vez el cliente exportador se compromete a pagar el precio fijado, el cual también sufre un incremento del 15 % anual que va de acuerdo al aumento en los costos de producción del proveedor.

2.- Precio: Para la realización del contrato, el precio es la contraprestación por los servicios requeridos. Donde el cliente deberá pagar un precio justo acordado por ambas partes.

3.- Plazo o duración: Las partes quedan en obligación de cumplir con un contrato de 5 años con opción a renovación.

4.- Calidad de los servicios: Se establece en los contratos firmados con cada proveedor un mínimo de calidad de 98 % de los productos, con el fin de evitar problemas de satisfacción por el servicio prestado.

5.- Responsabilidad: El cliente exportador debe incluir una cláusula en la que se especifique la responsabilidad en la que incurre el proveedor. Es decir el proveedor es responsable de entregar la carga a tiempo y la cantidad establecido y si no cumple con esta cláusula se fija indemnizaciones de acuerdo con la pérdida provocada, no mas de 25 %, por incumplimiento del contrato.

6.- Legislación aplicable: Se establece la jurisdicción competente para resolver conflictos o litigios. Se considera que la jurisdicción aplicable es la provincia del Guayas, cantón Guayaquil. A su vez se establece que se resolveran los conflictos a través de mediación y arbitraje en lugar de acudir a instancias mayores como son los tribunales.

### **Plazo de Crédito**

La materia prima va hacer pagada mensualmente en efectivo, esto se debe a que los proveedores son en su mayoría agricultores por lo que necesitan su paga de manera inmediata para las siguientes cosechas.

### **Frecuencia y Volúmenes de Compra**

La adquisición de la materia prima se realiza semanalmente, pero se paga mensualmente. Esto se hace para que la fruta no se madure en exceso antes del proceso de producción.

En la siguiente tabla se muestra la cantidad que se necesita mensualmente para abastecer el mercado y poder alcanzar las ventas proyectadas. Así también el precio unitario y el total requerido al final del mes.

**Tabla 11 Volúmenes de Compra Mensuales**

<b>Producto</b>	<b>Unidades</b>	<b>Precio</b>	<b>Total</b>
Mangos	900 cajas	\$ 5,30	\$ 4.770,00
Grosellas	500 cajas	\$ 4,50	\$ 2.250,00
Ciruelas	500 cajas	\$ 4,90	\$ 2.450,00
Ácido Ascórbico	2 Quintales	\$ 8,30	\$ 16,60
Ácido Cítrico	2 Quintales	\$ 5,20	\$ 10,40
Sorbato de Potasio	2 Quintales	\$ 5,00	\$ 10,00
Sal en Grano	2 Quintales	\$ 8,20	\$ 16,40
Empaque y etiquetas	12900 unidades	\$ 0,40	\$ 5.160,00
Cajas	430 cajas	\$ 0,82	\$ 352,60
Pallets	11 unidades	\$ 12,50	\$ 137,50
Esquineros	44 unidades	\$ 0,56	\$ 24,64
			<b>\$ 15.198,14</b>

**Fuente:** La autora.

**Elaboración:** La autora.

#### **4.6.2 Recepción de las Frutas**

Por medio de los 2 camiones de la compañía se hará la recolección de los frutos a los proveedores.

**Imagen 22 Camión de la Compañía**



**Fuente:** Mercado Libre.

**Elaboración:** Milton- Naranjito.

El encargado de bodega o empleado del área de recepción debe recibir y seleccionar la fruta, tomando en cuenta que esta es la materia prima que se convertirá en el producto final, así que se debe tener en cuenta las siguientes



características para poder cumplir con normas de calidad para productos exportados:

- Fruta sana.
- No frutos maltratados.
- Ausencia de insectos.
- Color, olor y textura característica del fruto.

**Imagen 23 Recepción de la Fruta**



**Fuente:** Pymes.

**Elaboración:** Pymes.

**Imagen 24 Selección de la Fruta**



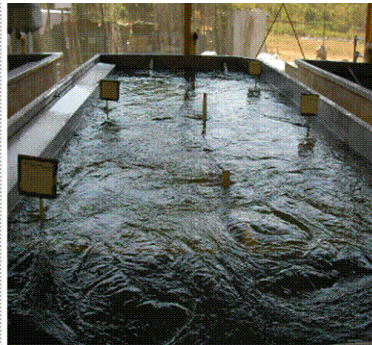
**Fuente:** Agro Negocios Ecuador.

**Elaboración:** Agro Negocios Ecuador.

### 4.6.3 Lavado

Toda la fruta debe pasar por el proceso de lavado, esta es la parte principal del proceso debido a que 2 de las tres frutas de exportación se empacan con cascara. (Grosellas, ciruelas). Para realizar este proceso necesitamos un tanque de lavado debe contener agua clorada a un nivel de 15 ppm (43 ml de solución de hipoclorito de sodio al 3.5 % de cloro líquido comercial) por cada 100 litros de agua. Este procedimiento permite eliminar toda clase de bacterias y microorganismos adheridos a las frutas; luego se debe realizar la limpieza del riego de las frutas con agua potable en la máquina de cepilladora y lavadora de frutas, para eliminar cualquier residuo.

**Imagen 25 Lavado en Agua Clorada**



**Fuente:** CORPEI.

**Elaboración:** CORPEI.

**Imagen 26 Cepillado y Lavado de la Fruta**



**Fuente:** CORPEI.

**Elaboración:** CORPEI.

**Proveedor:**

Empresa Alibaba.com

Máquina industrial lavadora y Cepilladora de frutas

Empresa de Origen Chino

Valor FOB \$6.300

**Imagen 27 Máquina Cepilladora y lavadora de frutas**



**Fuente:** Alibaba.com

**Elaboración:** Alibaba.com

**4.6.4 Pelado**

La fruta que debe ser sometida al proceso de pelado en este caso es el mango, se debe tener en cuenta de que no se puede perder la pulpa en exceso pues esto influencia en el rendimiento del producto final. Así que este proceso debe realizarse con una máquina de pelado.

**Imagen 28 Pelado de la Fruta**



**Fuente:** Freshplaza.

**Elaboración:** Freshplaza.

El proceso de pelado termina cortando el mango en cubos. Los cuales son cortados por el personal encargado del área con cuchillos de acero inoxidable.

Por su parte las grosellas y las ciruelas no deben ser peladas debido a que se embasan con cascara, solo se debe tomar en cuenta que estas frutas deberán estar en buen estado y sin tallos.

**Proveedor:**

Empresa Alibaba.com

Máquina industrial para pelado de mango

Empresa de Origen Chino

Valor FOB \$18.000

**Imagen 29 Máquina Peladora de Mangos**



**Fuente:** Alibaba.com

**Elaboración:** Alibaba.com

**4.6.5 Empaque**

Para realizar el empaque de la fruta primero se debe realizar la solución Acuosa; la misma que está compuesta por Agua, Sal, Ácido Cítrico, Ácido ascórbico y sorbato de potasio.

Es decir, que solo se necesita de la solución acuosa y la fruta picada en el caso del mango; en el caso de las grosellas y las ciruelas se introducen las frutas completas en el empaque.

Se introducen los elementos juntos en envases primarios Doy Pack, previamente impresos con etiqueta y logo de la compañía.

**Imagen 30 Empaque**



**Fuente:** Ambiente Verde.

**Elaboración:** Ambiente Verde.

<b>Empresa</b>	Ambiente Verde: Fundas plásticas impresas con su logotipo
<b>Contacto</b>	Somos los mejores fabricantes de fundas, Rollos de polietileno de alta y baja densidad.
<b>Ciudad</b>	Guayaquil, Guayas, Ecuador
<b>Teléfono</b>	084704734

Precio de Venta al por mayor \$ 0,40 por bolsa doypack impresa.

**Tabla 12 Estimación de la Producción Mensual**

Mango Encurtido	5.400
Grosellas Encurtidas	2.500
Ciruelas Encurtidas	5.000
<b>Total Unidades Producidas al Mes</b>	<b>12.900</b>

**Fuente:** La autora.

**Elaboración:** La autora.

**Tabla 13 Precio mensual por empaque**

Empaque	
Precio por unidad	\$ 0,40
Unidad por mes	12.900
	\$ 5.160,00

**Fuente:** La autora.

**Elaboración:** La autora.

#### 4.6.6 Sellado

El empaque es sellado con una máquina de termo-sellado manual. Se aplica el mismo sellado para los tres empaques de los diferentes productos.

**Imagen 31 Maquina de Sellado**



**Fuente:** Mercado Libre.

**Elaboración:** Oscar Alessi.

#### Proveedor:

<b>Empresa</b>	Mercado Libre - Vendedor: Oscar Alessi "Selladoras de Fundas" Venta de máquinas selladoras de fundas y suministros para la industria plástica. Teflón, niquelina y demás. Desde \$25 hasta \$80.00
<b>Ciudad</b>	Guayaquil
<b>Teléfono</b>	042484676 - 092256989 093076352 jusleycris@hotmail.com

#### **4.6.7 Almacenamiento**

El producto debe ser almacenado en el cuarto frío instalado en la bodega de almacenamiento, por no más de 5 días previos a su exportación. Se conservará en un área limpia y fresca a una temperatura de 20° C. Y se cargará a los contenedores directos para exportación directa a realizarse vía marítima a Estados Unidos.

Al momento de embarcarlo en los contenedores para llevar a cabo su exportación debe ser realizada en un “freeze container” es decir, un contenedor con congelador que permita mantener la temperatura para que no se deteriore la fruta por el calor.

La instalación del cuarto frío en la bodega de almacenamiento tiene un costo de \$ 4.500,00

**Imagen 32 Cuarto Frio**



**Fuente:** OLX.com.

**Elaboración:** OLX.com.

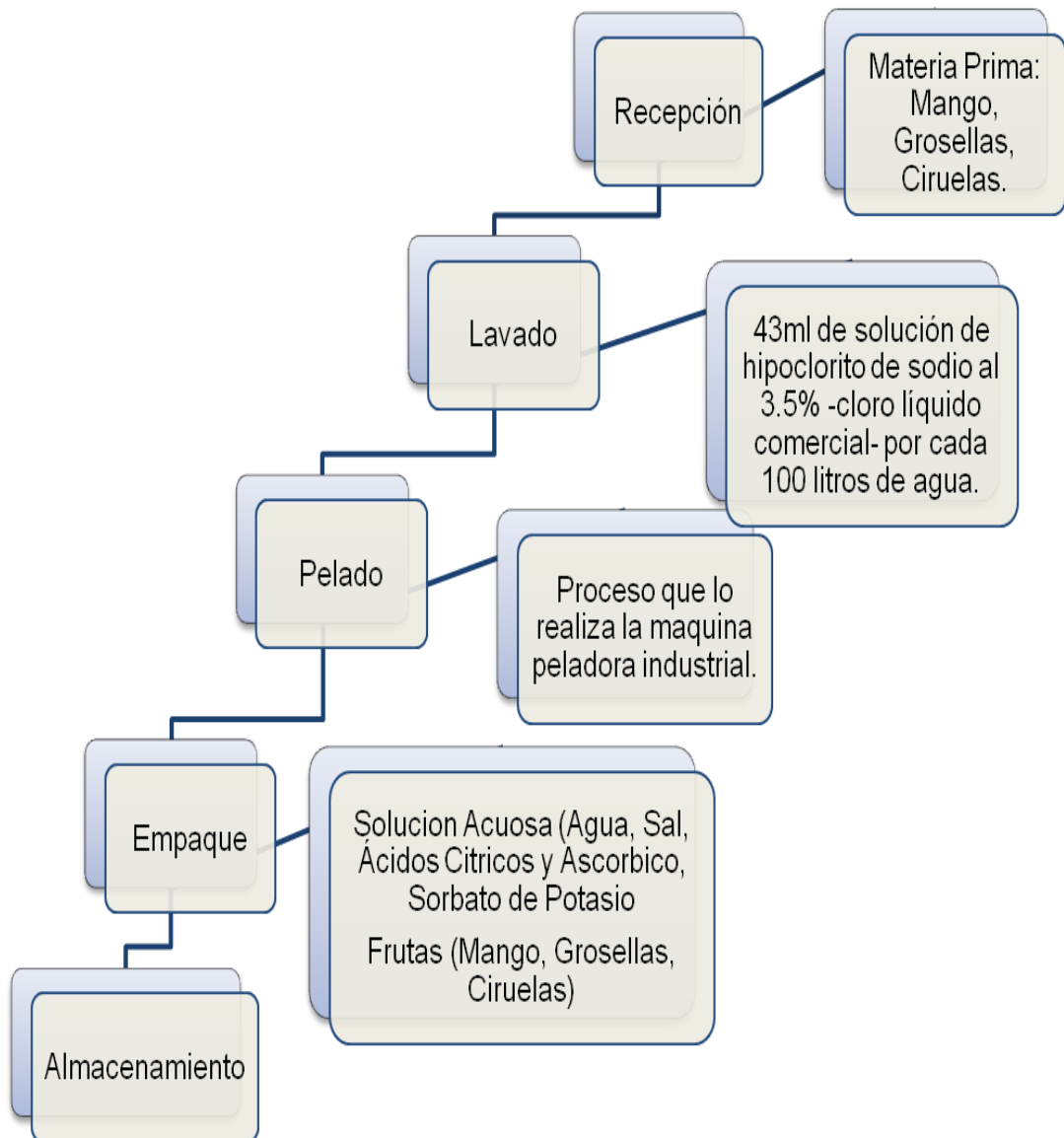
El producto empacado además necesita para la exportación los siguientes ítems:

- Cajas a un precio de \$ 0,82 centavos por caja.

- Esquineros a un precio de \$ 0,56 centavos cada uno.
- Pallets a un precio de \$ 12,50 por pallet.

## 4.7 Diagrama de Proceso Productivo

Imagen 33 Diagrama de Proceso



**Fuente:** La autora.  
**Elaboración:** La autora.



## **4.8 Especificaciones Técnicas del Producto**

Este producto debe obtener el certificado fitosanitario; el cual es el documento probatorio de la condición de salubridad en que se encuentran determinados productos vegetales exportables.

### **4.8.1 Requisitos para la Emisión de Certificado Fitosanitario de Exportación (CFE)**

- Solicitud de inspección.
- Informe de inspección fitosanitaria del envío.
- Copia de la factura comercial.
- Pago de tasas por el servicio de inspección (9 dólares por cada mil cajas, Resolución 115 de 21 mayo del 2013)
- Pago de tasa por la extensión del CFE (cuatro dólares por certificado).
- Resultados de análisis de laboratorio si el país importador lo establece.

## **4.9 Composición Nutricional del Producto**

La información nutricional se divide en 5 partes esenciales:

1. Porciones: Están expresadas en medidas caseras, que muestran las cantidades que la gente normalmente consume.
2. Energía de las grasas: No se debe consumir más del 30 % debido a que el cuerpo ya produce grasas.
3. Lista de nutrientes: Informa al consumidor en porcentaje para su conocimiento.
4. Porcentaje de valor diario: Muestra el valor máximo que debe consumirse diariamente.

**Tabla 14 Información Nutricional adaptada al idioma español**

<b>INFORMACIÓN NUTRICIONAL</b>	
Tamaño de porción	30 g
Porciones por envase	5
<b>Cantidad por porción</b>	
<b>Energía (Calorías)</b>	21 kJ (5 cal)
<b>Energía de Grasa</b>	0 kJ 0%
<b>% IDR*</b>	
<b>Grasa Total</b>	0g
<b>Grasa Saturada</b>	0g
<b>Colesterol</b>	0 mg
<b>Sodio</b>	190 mg
<b>Carbohidratos Totales</b>	0 g
<b>Fibra Dietética</b>	1 g
<b>Azúcares</b>	0g
<b>Proteínas</b>	0g
<b>Vitamina A</b>	22%
<b>Vitamina C</b>	11%
<b>Hierro</b>	1%
<b>Calcio</b>	1%
*Los porcentajes de Valores Diarios basados en una dieta de 8380 Kg (2000 calorías)	

**Fuente:** La autora.  
**Elaboración:** La autora.

# CAPÍTULO V

## INVESTIGACIÓN DE MERCADO

### 5.1 Estudio del Mercado

El análisis de mercado está dado mediante el estudio de los competidores directos, indirectos o sustitutos. Además de la identificación del mercado al cual se dirige el proyecto.

Tipo de Investigación aplicada al proyecto es la investigación cualitativa debido a que este tipo de investigación es ideal para proyectos nuevos o en fases iniciales; en donde se estudia a los competidores y a los posibles consumidores de manera subjetiva.

Donde comenzando por la demografía de Miami; mercado a cual está dirigido el proyecto. La ciudad propiamente dicha de Miami cuenta con 1 de cada 13 residentes del sur de Florida, y el 52% del condado de Miami-Dade no vive realmente en una ciudad incorporada. Según el Censo de 2010, el desglose racial / étnica de Miami fue:

- Blanco: 72,6 % (no hispanos: 11,9 %)
- Negro o afroamericano: 19.2 %
- Asia: 1,0 %
- Nativos americanos: 0,3 %
- De las islas del Pacífico o de nativos de Hawaii: 0 %
- Dos o más razas: 2,7 %
- Otra raza: 4,2 %
- Hispano o Latino de cualquier raza: 70 %

En 2000, el mayor origen étnico / nacional en Miami era cubano (34,1 % de la población), seguido de Nicaragua (5,6 %), Haití (5,5 %), Honduras (3,3 %),

República Dominicana (1,7 %) y Colombia (1,6 %). El Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas. (World Population Review, 2014)

Tomando esto como referencia aproximadamente el 70 % de latinos que degustan de los frutos provenientes de América del Sur tienden a consumir frutos no tradicionales de Ecuador.

El comportamiento de los latinos es consumista, muy parecido a los norteamericanos. Los mismos que consumen encurtidos tanto como frutas importadas por este país. Según este estudio se puede acotar al proyecto dos aspectos positivos, el consumismo de frutas no tradicionales importadas por el mercado estadounidense y el consumismo latinoamericano de frutos provenientes de países como Ecuador, Colombia, Brasil; entre otros.

## **5.2 Situación General de los Competidores**

Son competidores directos todas aquellas microempresas que elaboran artesanalmente y distribuyen a los consumidores en distintos supermercados, mini-markets o tiendas en Estados Unidos-Miami productos hechos de frutas encurtidas. En este mercado se comercializa una gran variedad de marinados o encurtidos tanto para frutas como de productos vegetales. Existen varios competidores directos que comercializan mangos provenientes de Brasil, grosellas provenientes de China y ciruelas agridulces y encurtidas también provenientes de China, pero la ventaja es que estos productos no son comercializados en Miami-Florida.

Los cuales tienen precios que varían desde \$ 3,50 hasta \$ 5,00

**Imagen 36 Grosellas Encurtidas**



**Fuente:** West Indian Shop  
**Elaboración:** West Indian Shop

**Imagen 35 Ciruelas Encurtidas**



**Fuente:** BobVivant  
**Elaboración:** BobVivant

**Imagen 34 Mangos Encurtidos**



**Fuente:** AChauLien  
**Elaboración:** AChauLien

Uno de los principales competidores de Citrix Fruit es la empresa Mitchell's Pickles que se dedica a la comercialización de frutos y vegetales encurtidos, además de vender sumos de frutas, mermeladas y agua embotellada.

Además de otras empresas exportadoras de encurtidos provenientes de China, así como la empresa A Chau Lien Import & Export AB dedicada a la exportación de frutos encurtidos y enlatados.

Por otra parte existen competidores indirectos como los encurtidos de vegetales y frutos encurtidos pero de otro tipo como por ejemplo los pepinillos, limones, peras, pasas, entre otras. Los cuales son parte del mismo mercado de marinados o encurtidos pero son productos similares.

**Imagen 38 Hortalizas Encurtidas**



**Fuente:** McClure's  
**Elaboración:** McClure's

**Imagen 37 Pepinillos Encurtidos**



**Fuente:** Kosher Dill  
**Elaboración:** Kosher Dill

Estas empresas dedicadas a la comercialización de vegetales encurtidos en Estados Unidos como McClures's son consideradas corporaciones con decaída en ventas a lo largo de los años 80, debido a que el mercado empezó a consumir más productos naturales, por la mala imagen que vende los productos procesados y con conservantes.

Es por esto que el mercado de encurtidos ha decidido en los últimos años disminuir la cantidad de químicos y conservantes, además de competir con los enlatados sobre todo porque el consumismo en Estados Unidos muestra una tendencia de mayor cantidad de vegetarianos en este país. Que consume frutas y verduras frescas y encurtidas.

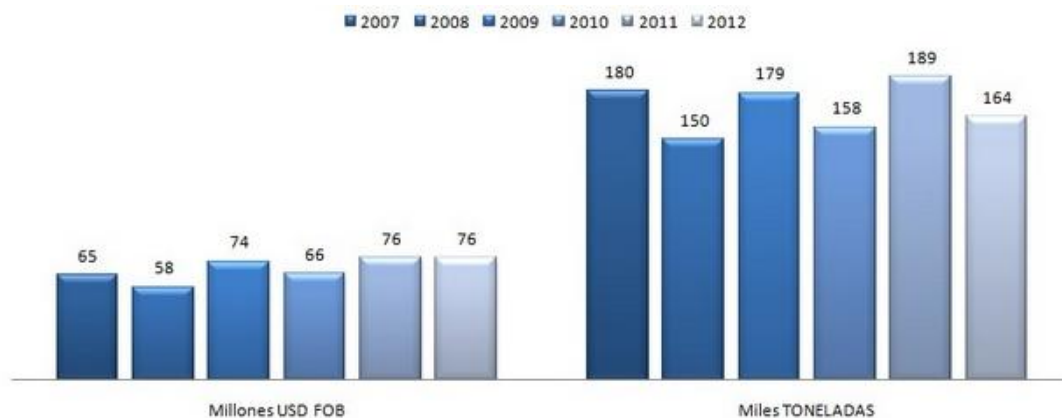
## 5.3 Análisis de la oferta

### 5.3.1 Exportación de Frutos Cítricos en el Ecuador

Los frutos cítricos son considerados como frutas no tradicionales, en la cual su producción nacional es dividida entre las que son consumidas internamente y las que son exportadas. En los últimos años el Ecuador ha fomentado las exportaciones de estas frutas consideradas no tradicionales con el fin de equilibrar la balanza de pagos en lo que corresponde a exportaciones.

Por este motivo se considera que las exportaciones de frutas cítricas al igual que otras frutas no tradicionales, poseen una gran oferta exportable no solo por ecuatorianos que viven en el exterior sino también por nativos de otros países que gustan de la calidad, sabor y textura de nuestras frutas.

**Gráfico 2 Evolución Exportaciones Sector Frutas No Tradicionales**

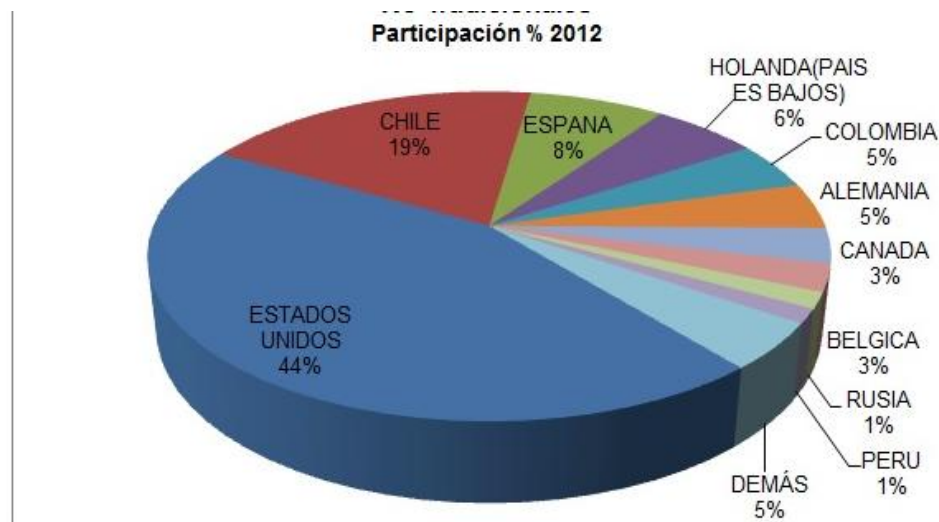


**Fuente:** ProEcuador.  
**Elaboración:** ProEcuador.

Así mismo como se puede observar en el siguiente gráfico los principales destinos de las exportaciones del sector frutas no tradicionales corresponde mayormente a Estados Unidos, lo cual favorece, debido a que muestra que este país tiene un alto consumo de dichos frutos. Como el producto marinado es

totalmente nuevo en el mercado internacional y con la referencia obtenida de que este país tiene un alto consumo de frutas exportadas desde Ecuador existen altas posibilidades de un posicionamiento en el mercado estadounidense.

**Gráfico 3 Principales destinos de las exportaciones de Sector Frutas No Tradicionales**



Fuente: ProEcuador.  
Elaboración: ProEcuador.

### 5.3.2 Mercado Meta

Mercado Meta: Habitantes de los Estados Unidos específicamente la ciudad de Miami-Florida.

Segmentado: El segmento de mercado estadounidense al cual se desea ingresar es el estado de Miami, Florida, donde los consumidores presentan las siguientes características:

- Nacionalidad ecuatoriana y estadounidense.
- Hombres y mujeres jóvenes y adulto que tengan entre 15 a 50 años de edad.
- Poder adquisitivo socioeconómico medio-alto.



- Personas que se preocupan por su salud (dietas, consumos sin altos niveles de vinagre y conservantes)
- Mercado consumidor de frutas, vegetales y hortalizas encurtidos.
- Representan el 40 % del total de consumidores de frutos encurtidos en Miami.

Nicho de mercado: Los importadores posicionados en el mercado estadounidense que gusten comprar de encurtidos del mercado Latinoamericano.

Según el estudio de mercado se obtuvo que uno de los mayores importadores de Estados Unidos de productos encurtidos del mercado latinoamericano sea “The Coral Gables Farmers Market” el cual es uno de los mercados más grandes en Miami, Estados Unidos. Por tanto este es el nicho de mercado al cual el proyecto está enfocado.

Así también Citrix Fruit dirige sus productos a empresas importadoras de pequeñas marcas como la compañía Libby's, Mitchell's Fruit Farm Limited, las cuales se dedican a importar diversos productos encurtidos de marcas no reconocidas con el fin de acaparar el mercado de encurtidos. Además se dedican a la fabricación y venta de productos varios como mermeladas, sumos de frutas y otros.

### **5.3.3 Tamaño de la Muestra**

El tamaño de la muestra está dado por tres factores fundamentales:

La prevalencia estimada de la variable considerada, nivel deseado de fiabilidad y margen de error aceptable.

Donde la muestra está dada según fórmula de la siguiente manera:

$$\frac{N * (\alpha_c * 0,5)^2}{1 + (e^2 * (N - 1))}$$

Tabla 15 Tamaño de la Muestra

<b>CÁLCULO DEL TAMAÑO DE UNA MUESTRA</b>	
ERROR	5,0 %
TAMAÑO POBLACIÓN	420.000
NIVEL DE CONFIANZA	95 %
<b>TAMAÑO DE LA MUESTRA</b>	<b>384</b>

Fuente: World Population Review.

Elaboracion: La autora.

Tabla 16 Cálculo Error para población Infinita

<b>CÁLCULO DEL ERROR MUESTRAL PARA POBLACIONES INFINITAS</b>		
TAMAÑO DE LA MUESTRA	384	$\frac{\alpha_c * 0,5}{\sqrt{n}}$
NIVEL DE CONFIANZA	95%	
<b>ERROR MUESTRAL</b>	<b>5,001%</b>	

Fuente: La auora.

Elaboracion: La autora.

Tabla 17 Cálculo Error para población finita

<b>CÁLCULO DEL ERROR MUESTRAL PARA POBLACIONES FINITAS</b>		
TAMAÑO MUESTRA	384	$e = \alpha_c * \sqrt{\frac{0,5^2 * N - n}{n * N - 1}}$
TAMAÑO POBLACIÓN	420.000	
NIVEL DE CONFIANZA	95%	
<b>ERROR MUESTRAL</b>	<b>4,999%</b>	

Fuente: La auora.

Elaboracion: La autora.

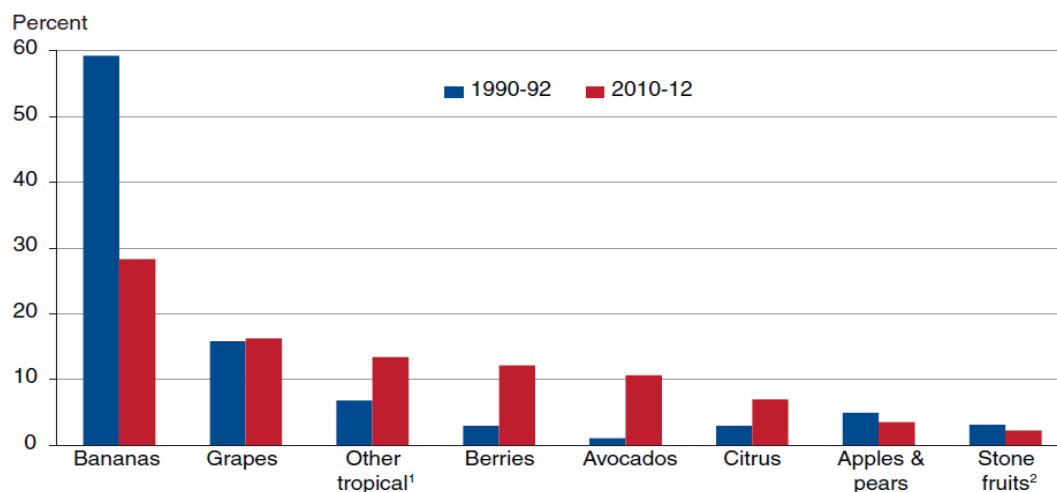
## 5.4 Análisis de la demanda

Los productos serán lanzados al mercado estadounidense, específicamente la ciudad de Miami-Florida. Es considerado un producto de consumo masivo y no es un producto de primera necesidad. Por tal motivo el mercado meta es personas con el nivel socio económico medio y medio alto.

La población en la ciudad de Miami llegará a los 19.751 millones de habitantes para el año 2015, según datos generados por la Oficina de Investigaciones Económicas y de Negocios de la UF<sup>8</sup>. Esto sería un aumento de 9,4% de la población actual. (World Population Statistics, 2013)

Sin embargo la cantidad poblacional no comprende todo el sector al cual el producto esta enfocado. Por tal motivo en el siguiente grafico se visualiza específicamente los tipos de frutas que mas se exportan a Estados Unidos en general.

**Gráfico 4 Importaciones de Estados Unidos por tipo de frutas**



<sup>1</sup>Includes pineapples, mangoes, papayas, and durians.

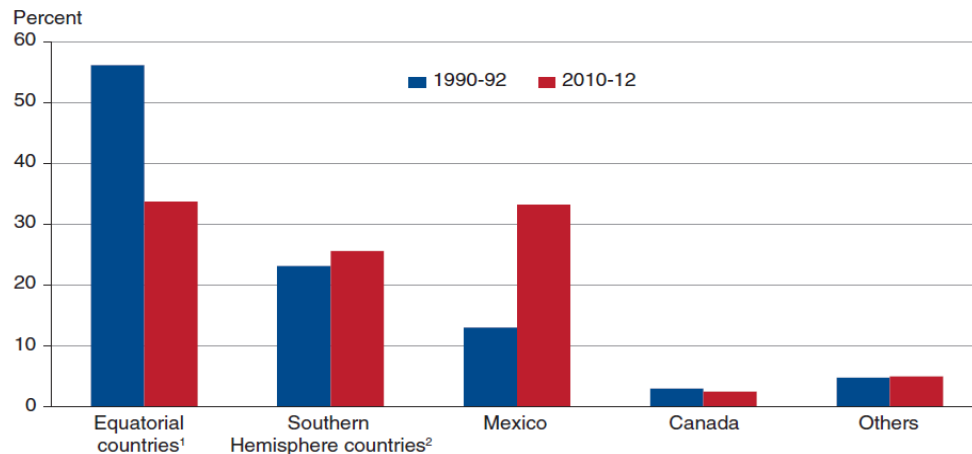
<sup>2</sup>Includes apricots, cherries, peaches, and plums.

**Fuentes:** United States Department of Agriculture (Economic Research Service)  
**Elaboración:** United States Department of Agriculture (Economic Research Service)

<sup>8</sup> UF: Universidad de Florida

Como muestra el grafico tanto las frutas tropicales como las frutas cítricas han tenido un considerable aumento en las importaciones de Estados Unidos en los últimos años, lo cual favorece a los exportadores debido a que muestra estabilidad económica en este mercado.

**Gráfico 5 Importaciones de Estados Unidos de frutas por región**



<sup>1</sup>Equatorial countries include Costa Rica, Guatemala, Ecuador, Colombia, and Honduras.

<sup>2</sup>Southern Hemisphere countries include Chile, Argentina, Peru, New Zealand, Brazil, South Africa, and Australia.

Source: USDA, Economic Research Service analysis of data from Global Trade Information Services, Inc.

**Fuentes:** United States Department of Agriculture (Economic Research Service)  
**Elaboración:** United States Department of Agriculture (Economic Research Service)

Así también en este gráfico se muestra los sectores y países que proveen en mayor cantidad de frutas el mercado estadounidense. Ecuador es gran proveedor de frutas como el banano, mango, piña, entre otros; pero productos como las grosellas y las ciruelas aun no han sido exportadas como producto primario, por tal motivo es un nuevo mercado, pero dirigido al sector de los encurtidos.

Por otro lado, estudios en el mercado muestran que los estadounidenses consumen cerca del 70 % en sus hogares encurtidos: casi 9 libras por persona, por año. Esa tasa de consumo significa que se dirigen a la tienda para un nuevo frasco de encurtidos cada 53 días.

En su mayoría se consume vegetales en especial los pepinillos, pero las frutas han ido adquiriendo posicionamiento lo cual le acredita el 30 % de compra. De acuerdo con este estudio en el Mercado de Miami con respecto a las frutas importadas y al nivel de consumo de los encurtidos por parte del mercado norteamericano podemos decir que el nivel de aceptación del producto es del 85 %, con el que se maneja un porcentaje de error del 5 %. (Klara, 2013)

Según estos estudios basados en el consumismo de los ciudadanos residentes en Miami-Florida se pueden dar los siguientes datos:

**Tabla 18 Consumismo de Encurtidos Miami**

Consumo Encurtidos- Miami	Precios
Frutos	40,00 %
Vegetales	30,00 %
Total Consumo	70,00 %

**Fuente:** Economic Research Service

**Elaboración:** La autora

Según los datos extraídos del Economic Research Service del Departamento de Agricultura de Estados Unidos, se puede proyectar las ventas mediante el estudio de las unidades de encurtidos de frutas y vegetales vendidos en un año que es de aproximadamente 1'276.897 en los estados de Florida y California. (United States Department of Agriculture, 2013)

Según estos datos se puede indicar que Citrix Fruit puede participar del 8.2 % del mercado de frutos encurtidos, por ser una nueva empresa con frutas ecuatorianas. A continuación se muestra el cuadro de las ventas proyectadas para el primer año y se estima un crecimiento del 25 % anual debido a que el mercado de encurtidos tiene tendencia de crecimiento año a año.

**Tabla 19 Ventas proyectadas por producto**

Producto	Estimación S/Ventas
Mango Encurtido	64.800
Grosellas Encurtidas	30.000
Ciruelas Encurtidas	60.000

**Fuente:** La autora.

**Elaboración:** La autora.

#### **5.4.1 Demanda Potencial**

La corporación Seneca Food Corporation es considerada la mayor demanda potencial que Citrix Fruit puede tener en Estados Unidos, debido a que tiene varias empresas y marcas bajo su mando, tales como Aunt Nellies, Libby's, Libby's Fozen, Seneca Snacks.

Esta compañía se dedica a la comercialización de varios productos incluyendo los encurtidos tanto del mercado nacional estadounidense como de mercados internacionales.

En el mercado de encurtidos en Estados Unidos también compiten empresas nacionales, que podrían ser clientes potenciales si ofrecieran un mejor precio y accesibilidad al mercado, tales como ADF Foods Ltd., Beit Hashita Assis, HJ Heinz Company, Kraft Foods y Mt. Olive Pickle Company y otras productoras nacionales especializadas, además de competir en el mercado de encurtidos incursionan en otro tipo de mercados como la venta de mermeladas, sumos de frutas, aguas embotelladas, entre otros. (San Jose, 2008)

## CAPÍTULO VI

### ESTADOS FINANCIERO

#### 6.1 Inversión Inicial

Tabla 20 Inversiones del Proyecto

<b>INVERSIONES FIJAS</b>	<b>VALORES</b>
Terreno	\$ 440.000,00
Construcción de la plata	\$ 30.000,00
Instalaciones (Dispensador de Agua, Cuarto Frio)	\$ 5.050,00
Equipos de Oficina (Aire acondicionado)	\$ 1.000,00
Maquinaria	\$ 24.435,00
Muebles y Enseres	\$ 1.359,96
Suministros de oficina	\$ 914,00
Equipos de computación	\$ 1.400,00
Vehículos	\$ 34.000,00
Gastos de Constitución	\$ 1.000,00
<b>TOTAL INVERSIÓN FIJA</b>	<b>\$ 539.158,96</b>

Fuente: La autora.

Elaboración: La autora.

Esta tabla muestra la inversión requerida para iniciar el proyecto; describe los activos que la empresa necesita al inicio de la actividad comercial.

**Tabla 21 Distribución de la Inversión**

<b>INVERSIÓN CAPITAL TRABAJO u OPERATIVO INICIAL</b>	
Días para Capital de Trabajo	60
Administración	\$ 9.500
Ventas	\$ 8.000
	<b>\$ 17.500,11</b>
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	
Activos Fijos	\$ 538.158,96
Activos Diferidos	\$ 1.000
Capital de Trabajo Inicial	\$ 17.500,11
	<b>\$ 556.659,07</b>
<b>FINANCIAMIENTO</b>	
Préstamo bancario (CFN)	\$ 278.329,53
Aportación de accionistas	\$ 278.329,53

**Fuente:** La autora.

**Elaboración:** La autora.

Según esta tabla el financiamiento requerido por el proyecto esta dividido en un prestamo bancario que equivale al 50 % de la inversión, el otro 50 % se recibe mediante la aportacion de los accionistas. Así tambien muestra la inversión total requerido incluyendo los activos fijos, activos diferidos que son los gastos de constitución y el capital de trabajo.

## **6.2 Préstamo Bancario**

Condiciones del préstamo están dadas de la siguiente manera:

Monto: \$ 278.329,53

Plazo: 10 años – 120 meses

Tasa de interés: 8% anual



Prestamista: CFN (Requisito: Se requiere plan de negocios)

**Tabla 22 Préstamo Bancario**

<b>Cuadro de amortización del Préstamo ANUAL</b>				
<b>Año</b>	<b>Pago</b>	<b>Interés</b>	<b>Amortización de Capital</b>	<b>Saldo Insoluto</b>
0				\$ 278.329,53
1	\$ 41.479,31	\$ 22.266,36	\$ 19.212,95	\$ 259.116,59
2	\$ 41.479,31	\$ 20.729,33	\$ 20.749,98	\$ 238.366,61
3	\$ 41.479,31	\$ 19.069,33	\$ 22.409,98	\$ 215.956,63
4	\$ 41.479,31	\$ 17.276,53	\$ 24.202,78	\$ 191.753,85
5	\$ 41.479,31	\$ 15.340,31	\$ 26.139,00	\$ 165.614,85
6	\$ 41.479,31	\$ 13.249,19	\$ 28.230,12	\$ 137.384,73
7	\$ 41.479,31	\$ 10.990,78	\$ 30.488,53	\$ 106.896,20
8	\$ 41.479,31	\$ 8.551,70	\$ 32.927,61	\$ 73.968,59
9	\$ 41.479,31	\$ 5.917,49	\$ 35.561,82	\$ 38.406,77
10	\$ 41.479,31	\$ 3.072,54	\$ 38.406,77	\$ 0,00

**Fuente:** La autora.

**Elaboración:** La autora.

## 6.3 Activos Fijos y Suministros

**Tabla 23 Resumen Total Activos Fijos**

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	
Muebles y Enseres	\$ 1.359,96
Maquinarias	\$ 24.435,00
Equipo de computo	\$ 1.400,00
Equipos de Oficina	\$ 1.000,00
Instalaciones	\$ 5.050,00
Terreno	\$ 440.000,00
Vehículo	\$ 34.000,00
<b>TOTAL ACTIVOS FIJOS</b>	<b>\$ 507.244,96</b>

**Fuente:** La autora.

**Elaboración:** La autora.

**Tabla 24 Descripción de los Activos Fijos**

<b>CANTIDAD</b>	<b>Muebles y enseres</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>USD</b>
2	Extintor De 5 Libras	\$ 18,00	\$ 36,00
12	Cuchillos de Acero Inoxidable	\$ 25,33	\$ 303,96
3	Mesas de Acero Inoxidable	\$ 340,00	\$ 1.020,00
<b>Sub-total</b>		<b>\$ 383,33</b>	<b>\$ 1.359,96</b>
<b>CANTIDAD</b>	<b>Maquinarias</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>USD</b>
1	Máquina peladora de Mangos	\$ 18.000,00	\$ 18.000,00
1	Máquina cepilladora/lavadora de frutas	\$ 6.300,00	\$ 6.300,00
3	Máquina Selladora	\$ 45,00	\$ 135,00
<b>Sub-Total</b>		<b>\$ 24.345,00</b>	<b>\$ 24.435,00</b>
<b>CANTIDAD</b>	<b>Terreno</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>USD</b>
1	Terreno	\$ 440.000,00	\$ 440.000,00
<b>Sub-Total</b>		<b>\$ 440.000,00</b>	<b>\$ 440.000,00</b>
<b>CANTIDAD</b>	<b>Equipos de Computo</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>USD</b>
4	Computadoras e Impresoras	\$ 350,00	\$ 1.400,00
<b>Sub-Total</b>		<b>\$ 350,00</b>	<b>\$ 1.400,00</b>
<b>CANTIDAD</b>	<b>Vehículo</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>USD</b>
2	Camiones	\$ 17.000,00	\$ 34.000,00
<b>Sub-Total</b>		<b>\$ 14.500,00</b>	<b>\$ 34.000,00</b>
<b>CANTIDAD</b>	<b>Instalaciones</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>USD</b>
1	Dispensador de Agua	\$ 550,00	\$ 550,00
1	Cuarto Frio	\$ 4.500,00	\$ 4.500,00
<b>Sub-Total</b>		<b>\$ 5.050,00</b>	<b>\$ 5.050,00</b>
<b>CANTIDAD</b>	<b>Equipos de Oficina</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>USD</b>
1	Dispensador de Agua	\$ 200,00	\$ 200,00
1	Aire Acondicionado	\$ 800,00	\$ 800,00
<b>Sub-Total</b>		<b>\$ 1.000,00</b>	<b>\$ 1.000,00</b>

**Fuente:** La autora.

**Elaboración:** La autora.

**Tabla 25 Descripción de los Suministros**

<b>CANTIDAD</b>	<b>Suministros de oficina</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>USD</b>
2	Grapadoras	\$ 5,00	\$ 10,00
8	Paquetes de hojas	\$ 5,00	\$ 40,00
4	Escritorios	\$ 80,00	\$ 320,00
8	Sillas	\$ 15,00	\$ 120,00
1	Facturadora	\$ 27,00	\$ 27,00
1	Fax Panasonic Con Altavoz y Call Id Modelo Kx-fp205	\$ 89,00	\$ 89,00
4	Teléfono Alámbrico Convencional Panasonic Kx-ts520lx	\$ 17,00	\$ 68,00
8	Kits de oficina (Pluma, Lápiz, etc.)	\$ 30,00	\$ 240,00
<b>Sub-Total</b>		<b>\$ 268,00</b>	<b>\$ 914,00</b>

**Fuente:** La autora.

**Elaboración:** La autora.

Estas tablas muestran de forma detallada los equipos y utensilios necesarios para la producción, así como también los suministros necesarios para la oficina. El cuadro del total de activos es el resumen de los totales necesarios para realizar el proyecto.

## **6.4 Balance Inicial**

El balance Inicial muestra el inicio de la actividad comercial; es decir, con cuanto inicia la empresa tanto en el activo, pasivo y patrimonio. En este caso como podemos observar en el siguiente balance la empresa inicia con un valor de \$ 530.268,88 en activos y en pasivos y patrimonios.

**Tabla 26 Balance Inicial  
Citrix Fruit S.A.**

<b>ACTIVO</b>		
<hr/>		
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		
<hr/>		
Efectivo	\$ 22.023,92	
Suministros de oficina	\$ 914,00	
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>		\$ 22.937,92
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
<hr/>		
Muebles y enseres	\$ 1.359,96	
Maquinarias	\$ 24.435,00	
Equipos de Computo	\$ 1.400,00	
Terreno	\$ 440.000,00	
Instalaciones	\$ 5.050,00	
Equipos de Oficina	\$ 1.000,00	
Vehículo	\$ 34.000,00	
<b>TOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>		\$ 507.244,96
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>		
<hr/>		
Gastos de Constitución	\$ 1.000,00	
<b>TOTAL DIFERIDO</b>		\$ 1.000,00
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>		<b>\$ 531.182,88</b>
<b>PASIVOS</b>		
<hr/>		
<b>PASIVOS CORRIENTE</b>		
<hr/>		
Préstamo Bancario	\$ 280.591,44	
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTE</b>		\$ 280.591,44
<b>TOTAL PASIVOS</b>		\$ 280.591,44
<b>PATRIMONIO</b>		
<hr/>		
Capital Social	\$ 1.200,00	
Aportación de Accionistas	\$ 243.391,44	
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>		\$ 250.591,44
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>		<b>\$ 531.182,88</b>

Fuente: La autora.

Elaboración: La autora.

## 6.5 Depreciaciones y Amortizaciones

Tabla 27 Cálculo Depreciación Gastos Administrativos

<b>CÁLCULO DEPRECIACIÓN ADMINISTRATIVOS</b>			
<b>INVERSIONES FIJAS</b>	<b>VALORES</b>	<b>V.R.</b>	<b>DEP. ANUAL</b>
		10%	
Equipos de computación	\$ 1.400,00		\$ 252,00
Equipos de oficina	\$ 800,00		\$ 72,00
Vehículo	\$ 34.000,00		\$ 6.120,00
			<b>\$ 6.444,00</b>

Fuente: La autora.

Elaboración: La autora.

Tabla 28 Cálculo Depreciación Gastos Operativos

<b>CÁLCULO DEPRECIACIÓN OPERATIVOS</b>			
<b>INVERSIONES FIJAS</b>	<b>VALORES</b>	<b>V.R.</b>	<b>DEP ANUAL</b>
		10%	
Instalaciones	\$ 5.050,00		\$ 454,50
Maquinaria	\$ 24.435,00		\$ 2.199,15
Muebles y Enseres	\$ 1.359,96		\$ 122,40
			<b>\$ 2.776,05</b>

Fuente: La autora.

Elaboración: La autora.

Los cálculos de depreciación están divididos en dos; la depreciación de los equipos administrativos y la depreciación de los equipos operativos. Calculados con el un valor residual de 10 %.

Por su parte la amortización se basa en los gastos de constitución de la compañía, es decir:

Gastos de Constitución \$1.000,00

Amortización a 5 años \$ 200,00 anuales.

## 6.6 Costos Fijos

Tabla 29 Resumen Costos Fijos

COSTOS FIJOS					
DESCRIPCIÓN		COSTOS MENSUALES	COSTO ANUAL	COSTO PRODUCCIÓN	GASTOS ADMINISTRACIÓN
<b>Gastos de Constitución</b>		\$ 1.000,00	\$ 1.000,00		
<b>Gastos de Exportación</b>		\$ 2.500,00	\$ 30.000,00		
<b>Sueldos y Salarios</b>		\$ 16.314,72	\$ 195.776,66		
Obreros mano de obra directa	\$ 11.585,73				
Supervisores mano obra indirecta	\$ 1.002,94				
Jefes administrativos	\$ 2.286,84				
Gerente general	\$ 1.439,22				
<b>Seguros</b>		\$ 4.165,00	\$ 49.980,00	\$ 49.980,00	
<b>Distribución y Logística</b>		\$ 1.500,00	\$ 18.000,00		
<b>Servicios Básicos</b>	<b>Agua</b>	\$ 110,00	\$ 1.320,00	\$ 1.188,00	\$ 132,00
	<b>Energía Eléctrica</b>	\$ 120,00	\$ 1.440,00	\$ 1.152,00	\$ 288,00
	<b>Teléfono</b>	\$ 60,00	\$ 720,00		\$ 720,00
	<b>Internet</b>	\$ 260,00	\$ 3.120,00		\$ 3.120,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 26.029,72</b>	<b>\$ 301.356,66</b>	<b>\$ 52.320,00</b>	<b>\$ 4.260,00</b>

Fuente: La autora.

Elaboración: La autora.

Los costos fijos están divididos en los costos de producción y administración según el porcentaje que se utilizará en la empresa. El valor de los seguros está destinado a la producción; el cual es del 10 % del valor total de las ventas. El agua potable necesaria para la planta de producción corresponde al 90% y la energía eléctrica corresponde al 80%.

## 6.7 Pronóstico de Ventas

Tabla 30 Estimación de ventas por unidades (Paquetes DoyPack 100 gr)

<b>ESTIMACIÓN DE VENTAS POR UNIDADES</b>						
<b>Producto</b>	<b>N° de Cajas mensuales</b>	<b>Unidades por Caja</b>	<b>Frutas</b>	<b>Frutas Requeridas Por Empaque</b>	<b>Unidades por Mes</b>	<b>Unidades por Año (DoyPack)</b>
Mangos	900	24	21600	4	5400	64800
Grosellas	500	200	100000	40	2500	30000
Ciruelas	500	250	125000	25	5000	60000
						<b>154800</b>

Fuente: La autora.

Elaboración: La autora.

Tabla 31 Pronóstico de ventas

<b>PRONOSTICO DE VENTAS EN UNIDADES (DOY PACK 100 gr)</b>						
<b>PRODUCTO</b>	<b>Año 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>TOTAL</b>
Mango Encurtido	64.800	81.000	101.250	126.563	158.203	531.816
Grosellas Encurtidas	30.000	37.500	46.875	58.594	73.242	246.211
Ciruelas Encurtidas	60.000	75.000	93.750	117.188	146.484	492.422
<b>PRECIOS DE VENTA POR PAQUETE</b>						
<b>PRODUCTO</b>	<b>Año 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>TOTAL</b>
Mango	\$ 3,50	\$ 3,55	\$ 3,60	\$ 3,65	\$ 3,70	\$ 18,00
Grosellas	\$ 2,90	\$ 2,95	\$ 3,00	\$ 3,05	\$ 3,10	\$ 15,00
Ciruelas	\$ 3,10	\$ 3,15	\$ 3,20	\$ 3,25	\$ 3,30	\$ 16,00
<b>PRONÓSTICO DE VENTAS EN DÓLARES</b>						
<b>PRODUCTO</b>	<b>Año 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>TOTAL</b>
Mango	226.800,00	287.550,00	364.500,00	461.953,13	585.351,56	1.926.154,69
Grosellas	87.000,00	110.625,00	140.625,00	178.710,94	227.050,78	744.011,72
Ciruelas	186.000,00	236.250,00	300.000,00	380.859,38	483.398,44	1.586.507,81
<b>TOTAL</b>	<b>499.800,00</b>	<b>634.425,00</b>	<b>805.125,00</b>	<b>1.021.523,44</b>	<b>1.295.800,78</b>	<b>4.256.674,22</b>

Fuente: La autora.

Elaboración: La autora.

El pronóstico de ventas comprenden los primeros 5 años del proyecto. El cual está dividido en las ventas por número de unidades, las mismas que tienen un aumento progresivo del 25% en relación al año anterior, esto se debe a que el mercado de encurtidos sin procesar tiende a mejorar en relación con los encurtidos procesados con vinagre. Así también la producción nacional de estos frutos deberá crecer en porcentajes similares o más elevados para poder cubrir la demanda local y extranjera.

Por otra parte, en el precio de venta se refleja un aumento de 0.05 centavos de dólar, debido al margen en el aumento de los costos de materia prima año tras año. Además que es un precio aceptable en el mercado extranjero debido a que los precios van desde \$ 3,00 a \$ 6,00 dependiendo la presentación y la marca del producto.

Las unidades vendidas en el primer año están estimadas de acuerdo a la producción de las frutas y al porcentaje de ventas estimado por el mercado de encurtidos en Estados Unidos.

## **6.8 Venta al Primer Año**

El siguiente cuadro muestra las ventas mensuales correspondientes al primer año de operaciones de la empresa.



**Tabla 32 Pronóstico de Ventas Mensuales**

<b>PRONÓSTICO DE VENTAS EN UNIDADES (DOYPACK 100 gr.)</b>												
<b>PRODUCTO</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>
Mangos	5400	5400	5400	5400	5400	5400	5400	5400	5400	5400	5400	5400
Grosellas	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500	2500
Ciruelas	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000
<b>PRECIOS DE VENTA POR PAQUETE</b>												
<b>PRODUCTO</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>
Mangos	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 3,50
Grosellas	\$ 2,90	\$ 2,90	\$ 2,90	\$ 2,90	\$ 2,90	\$ 2,90	\$ 2,90	\$ 2,90	\$ 2,90	\$ 2,90	\$ 2,90	\$ 2,90
Ciruelas	\$ 3,10	\$ 3,10	\$ 3,10	\$ 3,10	\$ 3,10	\$ 3,10	\$ 3,10	\$ 3,10	\$ 3,10	\$ 3,10	\$ 3,10	\$ 3,10
<b>PRONOSTICO DE VENTAS EN DÓLARES</b>												
<b>PRODUCTO</b>	<b>ENERO</b>	<b>FEBRERO</b>	<b>MARZO</b>	<b>ABRIL</b>	<b>MAYO</b>	<b>JUNIO</b>	<b>JULIO</b>	<b>AGOSTO</b>	<b>SEPTIEMBRE</b>	<b>OCTUBRE</b>	<b>NOVIEMBRE</b>	<b>DICIEMBRE</b>
Mangos	\$ 18.900,00	\$ 18.900,00	\$ 18.900,00	\$ 18.900,00	\$ 18.900,00	\$ 18.900,00	\$ 18.900,00	\$ 18.900,00	\$ 18.900,00	\$ 18.900,00	\$ 18.900,00	\$ 18.900,00
Grosellas	\$ 7.250,00	\$ 7.250,00	\$ 7.250,00	\$ 7.250,00	\$ 7.250,00	\$ 7.250,00	\$ 7.250,00	\$ 7.250,00	\$ 7.250,00	\$ 7.250,00	\$ 7.250,00	\$ 7.250,00
Ciruelas	\$ 15.500,00	\$ 15.500,00	\$ 15.500,00	\$ 15.500,00	\$ 15.500,00	\$ 15.500,00	\$ 15.500,00	\$ 15.500,00	\$ 15.500,00	\$ 15.500,00	\$ 15.500,00	\$ 15.500,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 41.650,00</b>	<b>\$ 41.650,00</b>	<b>\$ 41.650,00</b>	<b>\$ 41.650,00</b>	<b>\$ 41.650,00</b>	<b>\$ 41.650,00</b>	<b>\$ 41.650,00</b>	<b>\$ 41.650,00</b>	<b>\$ 41.650,00</b>	<b>\$ 41.650,00</b>	<b>\$ 41.650,00</b>	<b>\$ 41.650,00</b>

Fuente: La autora.

Elaboración: La autora

## 6.9 Balance de Personal

El personal de la compañía esta dividido de la siguiente manera:

Tabla 33 Personal de la Compañía

<b>BALANCE DE PERSONAL</b>	
<b>CARGO</b>	<b># PUESTOS</b>
Gerente General	1
Jefe de Producción	1
Jefe de Exportaciones y Ventas	1
Jefe de Administración y Contabilidad	1
Operario de Producción (Bodega)	1
Empleados Área de Recepción y Lavado	3
Empleados Área de Pelado	3
Empleados Área de Cortado	12
Empleados Área de Empaque	4
Choferes y Estibadores	4
<b>Nº Total de Empleados</b>	<b>31</b>

Fuente: La autora.

Elaboración: La autora.

Este balance de personal es acorde al organigrama de la compañía, va de mayor a menor, comenzando por el Gerente General, le siguen los 3 jefes de personales, 1 encargado de bodega u operario de producción, finalmente los 22 empleados de cada área de la planta y los choferes y estibadores.

**Tabla 34 Descripción de Sueldos y Beneficios Sociales**

CARGO	SUELDO C/U	SUELDO TOTAL	APORTE PATRONAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	TOTAL COSTO/GASTO MENSUAL	TOTAL ANUAL
Obreros mano de obra directa	\$ 340,00	\$ 7.480,00	\$ 908,82	\$ 623,33	\$ 566,67	\$ 311,67	\$ 9.890,49	\$ 118.685,84
Choferes y Estibadores	\$ 340,00	\$ 1.360,00	\$ 165,24	\$ 113,33	\$ 566,67	\$ 56,67	\$ 2.261,91	\$ 27.142,88
Supervisores mano obra indirecta	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 42,53	\$ 29,17	\$ 566,67	\$ 14,58	\$ 1.002,94	\$ 12.035,30
Jefes administrativos	\$ 460,00	\$ 1.380,00	\$ 167,67	\$ 115,00	\$ 566,67	\$ 57,50	\$ 2.286,84	\$ 27.442,04
Gerente general	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ 85,05	\$ 58,33	\$ 566,67	\$ 29,17	\$ 1.439,22	\$ 17.270,60
						<b>TOTAL</b>	<b>\$ 16.881,39</b>	<b>\$ 202.576,66</b>

**Fuente:** La autora.

**Elaboración:** La autora.

Este cuadro muestra los valores totales correspondientes a los sueldos y salarios y a su vez de los beneficios totales correspondientes a todo el personal. Los sueldos del personal deben ir acorde con lo que la ley exige; por esto los empleados deben de estar asegurados y percibir todos los beneficios sociales.

## 6.10 Determinación del Costo de Venta

Para determinar el costo de venta primero se debió de calcular los gastos mensuales de la materia prima, a estos valores se les aumenta los costos por mano de obra directa y mano de obra indirecta, así como también los costos indirectos de fabricación y la depreciación de los equipos utilizados para la producción.

**Tabla 35 Unidades Requeridas para la Producción**

Unidades por Caja	Unidades Producidas por Mes	N° de Cajas	Precio por Caja	Total
Mangos	5.400	900	\$ 5,30	\$ 4.770,00
Grosellas	2.500	500	\$ 4,50	\$ 2.250,00
Ciruelas	5.000	500	\$ 4,90	\$ 2.450,00
	12.900			

**Fuente:** La autora.

**Elaboración:** La autora.

**Tabla 36 Materia Prima Requerida para la Venta**

<b>Materias Primas directas</b>	
Mangos	\$ 4.770,00
Grosellas	\$ 2.250,00
Ciruelas	\$ 2.450,00
Ácido Ascórbico	\$ 16,60
Ácido Cítrico	\$ 10,40
Sorbato de Potasio	\$ 10,00
Sal en Grano	\$ 16,40
Empaque y etiquetas	\$ 5.160,00
Cajas	\$ 352,60
Esquineros	\$ 137,50
Pallets	\$ 24,64
Total Materia Prima	\$ 15.198,14

**Fuente:** La autora.

**Elaboración:** La autora.

**Tabla 37 Estimación del Costo de Venta**

<b>Costo de Producción y Ventas</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>TOTAL</b>
Materia prima	\$ 182.377,68	\$ 209.734,33	\$ 241.194,48	\$ 277.373,65	\$ 318.979,70	\$ <b>1.229.659,85</b>
Mano de obra (obreros)	\$ 118.685,84	\$ 136.488,72	\$ 156.962,02	\$ 180.506,33	\$ 207.582,28	\$ <b>800.225,18</b>
Mano de obra (supervisores)	\$ 12.035,30	\$ 13.840,60	\$ 15.916,68	\$ 18.304,19	\$ 21.049,81	\$ <b>81.146,58</b>
Otros CIF	\$ 52.320,00	\$ 54.936,00	\$ 57.682,80	\$ 60.566,94	\$ 63.595,29	\$ <b>289.101,03</b>
Depreciación equipos producción	\$ 2.776,05	\$ 2.776,05	\$ 2.776,05	\$ 2.776,05	\$ 2.776,05	\$ <b>13.880,23</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 368.194,87</b>	<b>\$ 417.775,69</b>	<b>\$ 474.532,04</b>	<b>\$ 539.527,15</b>	<b>\$ 613.983,13</b>	<b>\$ 2.414.012,87</b>

Fuente: La autora.

Elaboración: La autora.

Para hacer el análisis de la producción de cada año se realizó un aumento progresivo del 15 % anual lo que corresponde al aumento en los gastos por materia prima, los cuales se elevan debido a la variación que existe en el mercado agrícola en donde cada año aumentan los costos para los proveedores, por lo que afecta a los precios de adquisición Según el Ministerio de Agricultura estos aumentos en precios de los agricultores es debido a los costos de los pesticidas y otros productos controladores de plagas. Así también para la mano de obra tiene un aumento progresivo del 15 % esto se debe a que el Gobierno cada año aumenta el valor del sueldo básico unificado. Y los costos indirectos de fabricación tienden a aumentar en un 5%, debido a que son gastos varios de agua potable, energía eléctrica y seguro.

## 6.11 Gastos Administrativos

Tabla 38 Resumen Gastos Administrativos

PERSONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	Año 4	Año 5	TOTAL
SUELDOS BENEFICIOS SOC.	\$ 71.855,52	\$ 82.633,85	\$ 95.028,93	\$ 109.283,26	\$ 125.675,75	\$ 484.477,31
Gerente General	\$ 17.270,60	\$ 19.861,19	\$ 22.840,37	\$ 26.266,42	\$ 30.206,39	\$ 116.444,97
Jefes Administrativos	\$ 27.442,04	\$ 31.558,35	\$ 36.292,10	\$ 41.735,91	\$ 47.996,30	\$ 185.024,70
Choferes y Estibadores	\$ 27.142,88	\$ 31.214,31	\$ 35.896,46	\$ 41.280,93	\$ 47.473,07	\$ 183.007,65
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 71.855,52</b>	<b>\$ 82.633,85</b>	<b>\$ 95.028,93</b>	<b>\$ 109.283,26</b>	<b>\$ 125.675,75</b>	<b>\$ 785.946,98</b>
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>						
ENERGÍA ELÉCTRICA	\$ 288,00	\$ 302,40	\$ 317,52	\$ 333,40	\$ 350,07	\$ 1.591,38
AGUA POTABLE	\$ 132,00	\$ 138,60	\$ 145,53	\$ 152,81	\$ 160,45	\$ 416,13
TELÉFONO	\$ 720,00	\$ 756,00	\$ 793,80	\$ 833,49	\$ 875,16	\$ 3.978,45
INTERNET	\$ 3.120,00	\$ 3.276,00	\$ 3.439,80	\$ 3.611,79	\$ 3.792,38	\$ 17.239,97
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 4.260,00</b>	<b>\$ 4.473,00</b>	<b>\$ 4.696,65</b>	<b>\$ 4.931,48</b>	<b>\$ 5.178,06</b>	<b>\$ 23.225,94</b>
<b>GASTOS LEGALES Y TASAS</b>						
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 1.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.000,00
<b>MANT. Y REPARACIÓN</b>						
MUEBLES Y ENSERES	\$ 339,99	\$ 356,99	\$ 374,84	\$ 393,58	\$ 413,26	\$ 1.878,66
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 914,00	\$ 959,70	\$ 1.007,69	\$ 1.058,07	\$ 1.110,97	\$ 5.050,43
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.253,99</b>	<b>\$ 1.316,69</b>	<b>\$ 1.382,52</b>	<b>\$ 1.451,65</b>	<b>\$ 1.524,23</b>	<b>\$ 6.929,09</b>
<b>DEPREC. Y AMORTIZ.</b>						
DEPRECIACIONES	\$ 6.444,00	\$ 6.444,00	\$ 6.444,00	\$ 6.444,00	\$ 6.444,00	\$ 32.220,00
AMORTIZACIÓN ACTIVOS	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 1.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.644,00</b>	<b>\$ 6.644,00</b>	<b>\$ 6.644,00</b>	<b>\$ 6.644,00</b>	<b>\$ 6.644,00</b>	<b>\$ 33.220,00</b>
<b>OTROS</b>						
MATERIALES DE ASEO	\$ 80,00	\$ 84,00	\$ 88,20	\$ 92,61	\$ 97,24	\$ 442,05
PERSONAL DE ASEO	\$ 50,00	\$ 52,50	\$ 55,13	\$ 57,88	\$ 60,78	\$ 276,28
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 130,00</b>	<b>\$ 136,50</b>	<b>\$ 143,33</b>	<b>\$ 150,49</b>	<b>\$ 158,02</b>	<b>\$ 718,33</b>
<b>TOTAL GASTOS ADM.</b>	<b>\$ 84.143,51</b>	<b>\$ 95.204,04</b>	<b>\$ 107.895,42</b>	<b>\$ 122.460,89</b>	<b>\$ 139.180,06</b>	<b>\$ 851.040,33</b>

Fuente: La autora.

Elaboración: La autora.

Los gastos administrativos están determinados por los sueldos correspondientes a esta área; los cuales tienen un aumento del 15 % anual; debido a los cambios en los sueldos por parte del Gobierno Nacional año a año. Los beneficios sociales se encuentran detallados en el balance de personal, además, incluye los gastos de servicios básicos con un aumento progresivo del

5 %, gastos de constitución que sirven para la creación de la empresa, mantenimiento de equipos y reparaciones a maquinaria, otros gastos como los de aseo de la empresa con un incremento del 5 % anual para ambos rubros. Además de incluir las depreciaciones y amortizaciones anuales.

## 6.12 Gastos de Venta

**Tabla 39 Resumen Gastos de Venta**

Gastos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Gastos de Exportación	\$ 30.000,00	\$ 34.500,00	\$ 39.675,00	\$ 45.626,25	\$ 52.470,19	\$ 202.271,44
Transporte y Logística	\$ 18.000,00	\$ 20.700,00	\$ 23.805,00	\$ 27.375,75	\$ 31.482,11	\$ 121.362,86
<b>Total</b>	<b>\$ 48.000,00</b>	<b>\$ 55.200,00</b>	<b>\$ 63.480,00</b>	<b>\$ 73.002,00</b>	<b>\$ 83.952,30</b>	<b>\$ 323.634,30</b>

**Fuente:** La autora.

**Elaboración:** La autora.

Los gastos de venta están divididos en gastos de exportación que está basado en el papeleo y los permisos para la exportación y los gastos por transporte, acarreo y la logística de la carga. No se incurre en gastos de flete o seguro debido a que se establece con el importador en Estados Unidos un contrato FOB.

## 6.13 Estado de Resultados

El estado de resultados muestra las pérdidas o ganancias al final de un periodo. En este caso es la recopilación de las ventas menos todos los gastos obtenidos en un año y prorrateados a 5 años. El estado de resultados proyectado muestra las posibles utilidades después de todos los pagos que se deben realizar en el año fiscal. Podemos notar que en el primer año no se obtienen ganancias, esto se debe a que la inversión inicial es muy elevada. Pero a partir del segundo año la utilidad ya se puede ver reflejada en la siguiente tabla.

**Tabla 40 Estado de Resultados**

	1	2	3	4	5
Ventas	\$ 499.800,00	\$ 634.425,00	\$ 805.125,00	\$ 1.021.523,44	\$ 1.295.800,78
Costo de Ventas	\$ 368.194,87	\$ 417.775,69	\$ 474.532,04	\$ 539.527,15	\$ 613.983,13
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ 131.605,13</b>	<b>\$ 216.649,31</b>	<b>\$ 330.592,96</b>	<b>\$ 481.996,28</b>	<b>\$ 681.817,65</b>
<b><u>GASTOS DE OPERACIÓN</u></b>					
Sueldos administración	\$ 71.855,52	\$ 82.633,85	\$ 95.028,93	\$ 109.283,26	\$ 125.675,75
Otros gastos administración	\$ 4.260,00	\$ 4.473,00	\$ 4.696,65	\$ 4.931,48	\$ 5.178,06
Amortización gastos de constitución	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00
Depreciación equipos administración	\$ 6.444,00	\$ 6.444,00	\$ 6.444,00	\$ 6.444,00	\$ 6.444,00
Reparaciones y mantenimiento	\$ 1.253,99	\$ 1.316,69	\$ 1.382,52	\$ 1.451,65	\$ 1.524,23
Aseo y limpieza	\$ 130,00	\$ 136,50	\$ 143,33	\$ 150,49	\$ 158,02
Gastos de ventas	\$ 48.000,00	\$ 55.200,00	\$ 63.480,00	\$ 73.002,00	\$ 83.952,30
<b>TOTAL DE GASTO DE OPERACIÓN</b>	<b>\$ 132.143,51</b>	<b>\$ 150.404,04</b>	<b>\$ 171.375,42</b>	<b>\$ 195.462,89</b>	<b>\$ 223.132,36</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO DE INTERÉS</b>	<b>-\$ 538,38</b>	<b>\$ 66.245,27</b>	<b>\$ 159.217,54</b>	<b>\$ 286.533,40</b>	<b>\$ 458.685,30</b>
INTERESES	\$ 22.447,32	\$ 20.897,79	\$ 19.224,30	\$ 17.416,93	\$ 15.464,97
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO</b>	<b>-\$ 22.985,69</b>	<b>\$ 45.347,48</b>	<b>\$ 139.993,24</b>	<b>\$ 269.116,46</b>	<b>\$ 443.220,32</b>
Participación a trabajador 15%	\$ 3.447,85	\$ 6.802,12	\$ 20.998,99	\$ 40.367,47	\$ 66.483,05
<b>Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>-\$ 26.433,55</b>	<b>\$ 38.545,36</b>	<b>\$ 118.994,25</b>	<b>\$ 228.748,99</b>	<b>\$ 376.737,27</b>
Impuesto a la renta 22%	\$ 5.815,38	\$ 8.479,98	\$ 26.178,74	\$ 50.324,78	\$ 82.882,20
<b>Utilidad antes de reserva legal</b>	<b>-\$ 32.248,93</b>	<b>\$ 30.065,38</b>	<b>\$ 92.815,52</b>	<b>\$ 178.424,22</b>	<b>\$ 293.855,07</b>
Reserva legal 10%	\$ 3.224,89	\$ 3.006,54	\$ 9.281,55	\$ 17.842,42	\$ 29.385,51
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>-\$ 35.473,82</b>	<b>\$ 27.058,84</b>	<b>\$ 83.533,97</b>	<b>\$ 160.581,79</b>	<b>\$ 264.469,57</b>

Fuente: La autora.

Elaboración: La autora.



## 6.14 Flujo de Caja

El flujo de caja muestra el movimiento de efectivo que entra y que sale de la empresa; son los ingresos contados desde el inicio de la actividad comercial. En esta proyección financiera se puede ver que al primer año de la actividad comercial se tiene una insolvencia, esto se debe a que el proyecto tiene una inversión inicial fuerte. Pero a partir del segundo año ya se puede observar que hay liquidez; por lo que es rentable a partir del año dos.

**Tabla 41 Flujo de Caja**

DATOS		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
<b>INGRESO</b>		\$ 499.800,00	\$ 634.425,00	\$ 805.125,00	\$ 1.021.523,44	\$ 1.295.800,78	\$ 1.939.350,00
<b>SALDO INICIAL CAJA/BANCOS</b>		\$ 22.023,92	\$ -10.910,81	\$ 13.674,88	\$ 125.213,96	\$ 332.173,28	\$ 482.175,23
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		\$ 521.823,92	\$ 623.514,19	\$ 818.799,88	\$ 1.146.737,40	\$ 1.627.974,06	\$ 4.738.849,45
<b>EGRESO</b>							
<b>Inversión inicial</b>	\$ -561.182,88						
Costo de Venta		\$ 365.418,82	\$ 414.999,64	\$ 471.755,99	\$ 536.751,11	\$ 611.207,08	\$ 2.400.132,64
Gastos Administrativos		\$ 77.499,51	\$ 88.560,04	\$ 101.251,42	\$ 115.816,89	\$ 132.536,06	\$ 515.663,92
Gastos de Venta		\$ 48.000,00	\$ 55.200,00	\$ 63.480,00	\$ 73.002,00	\$ 83.952,30	\$ 323.634,30
Pago de Préstamo Bancario		\$ 19.369,08	\$ 20.918,61	\$ 22.592,10	\$ 24.399,47	\$ 26.351,42	\$ 113.630,68
Intereses		\$ 22.447,32	\$ 20.897,79	\$ 19.224,30	\$ 17.416,93	\$ 15.464,97	\$ 95.451,31
Participación de Trabajadores			\$ 3.447,85	\$ 6.802,12	\$ 20.998,99	\$ 40.367,47	\$ 71.616,43
Impuesto			\$ 5.815,38	\$ 8.479,98	\$ 26.178,74	\$ 50.324,78	\$ 90.798,87
<b>TOTAL EGRESOS</b>		\$ 532.734,73	\$ 609.839,31	\$ 693.585,91	\$ 814.564,12	\$ 960.204,09	\$ 3.610.928,16
Total Flujo de caja	\$ -561.182,88	\$ -10.910,81	\$ 13.674,88	\$ 125.213,96	\$ 332.173,28	\$ 667.769,98	\$ 566.738,41

**Fuente:** La autora.

**Elaboración:** La autora.

## 1.15 Escenarios Financieros

Tabla 42 Escenario Optimista

### ESCENARIO 1

1.- Que pasa si los ingresos aumentan en un 30% a partir del año 2.

AÑO	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		\$ 521.823,92	\$ 678.371,09	\$ 881.882,42	\$ 1.146.447,15	\$ 1.490.381,29
(-) Egresos		\$ 510.287,41	\$ 579.678,29	\$ 659.079,51	\$ 749.969,46	\$ 854.046,86
(-) Inversión Inicial	(\$ 561.182,88)	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>(=) Utilidad antes de interés</b>		\$ 11.536,50	\$ 98.692,80	\$ 222.802,91	\$ 396.477,69	\$ 636.334,43
(-) Intereses		\$ 22.447,32	\$ 20.897,79	\$ 19.224,30	\$ 17.416,93	\$ 15.464,97
<b>(=) Utilidad antes de tasas</b>		\$ 10.910,81	\$ 77.795,01	\$ 203.578,61	\$ 379.060,75	\$ 620.869,46
(-) Participación Trabajadores		\$ 0,00	\$ 3.447,85	\$ 6.802,12	\$ 20.998,99	\$ 40.367,47
<b>(=) Utilidad antes de tasas</b>		\$ 10.910,81	\$ 74.347,16	\$ 196.776,49	\$ 358.061,77	\$ 580.501,99
(-) Tasas		\$ 0,00	\$ 5.815,38	\$ 8.479,98	\$ 26.178,74	\$ 50.324,78
<b>(=) Flujo Neto de Caja</b>	(\$ 561.182,88)	\$ 10.910,81	\$ 68.531,78	\$ 188.296,51	\$ 331.883,03	\$ 530.177,21

Fuente: La autora.

Elaboración: La autora.

El primer escenario es considerado optimista donde indica que si los ingresos aumentan en un 30 % a partir del año 2 y a su vez los egresos se mantienen como los proyectados. Refleja que en el primer año se mantiene igual

al proyectado en el flujo de caja, pero a partir del segundo año muestra un aumento mayor en los flujos netos totales a comparación con el año 1.

Tabla 43 Escenario Neutral

**ESCENARIO 2**

1.- Que pasa si los ingresos solo aumentan en 15% partir del año 2 y los egresos se mantienen

<b>AÑO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
(+) Ingresos		\$ 521.823,92	\$ 600.097,51	\$ 690.112,13	\$ 793.628,95	\$ 912.673,29
(-) Egresos		\$ 510.287,41	\$ 510.287,41	\$ 510.287,41	\$ 510.287,41	\$ 510.287,41
(-) Inversión Inicial	(\$ 561.182,88)	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>(=) Utilidad antes de interés</b>		\$ 11.536,50	\$ 89.810,09	\$ 179.824,72	\$ 283.341,54	\$ 402.385,88
(-) Intereses		\$ 22.447,32	\$ 20.897,79	\$ 19.224,30	\$ 17.416,93	\$ 15.464,97
<b>(=) Utilidad antes de tasas</b>		\$ 10.910,81	\$ 68.912,30	\$ 160.600,42	\$ 265.924,61	\$ 386.920,91
(-) Participación Trabajadores		\$ 0,00	\$ 3.447,85	\$ 6.802,12	\$ 20.998,99	\$ 40.367,47
<b>(=) Utilidad antes de tasas</b>		\$ 10.910,81	\$ 65.464,45	\$ 153.798,30	\$ 244.925,62	\$ 346.553,44
(-) Tasas		\$ 0,00	\$ 5.815,38	\$ 8.479,98	\$ 26.178,74	\$ 50.324,78
<b>(=) Flujo Neto de Caja</b>	(\$ 561.182,88)	\$ 10.910,81	\$ 59.649,07	\$ 145.318,32	\$ 218.746,88	\$ 296.228,66

Fuente: La autora.

Elaboración: La autora.

El segundo escenario por su parte muestra un aumento progresivo del 15 % en los ingresos anuales y un tope estándar en los egresos donde muestra un valor fijo sin incrementos. Donde al igual que el escenario optimista este escenario 2 refleja que la empresa tiene un flujo neto de caja positivo a partir del año 2.

Tabla 44 Escenario Pesimista

**ESCENARIO 3**

1.- Que pasa si los egresos aumentan en 25% al igual que los ingresos. A partir del año 2.

<b>AÑO</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
(+) Ingresos		\$ 521.823,92	\$ 652.279,90	\$ 815.349,87	\$ 1.019.187,34	\$ 1.273.984,18
(-) Egresos		\$ 510.287,41	\$ 637.859,27	\$ 797.324,08	\$ 996.655,10	\$ 1.245.818,88
(-) Inversión Inicial	(\$ 561.182,88)	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
<b>(=) Utilidad antes de interés</b>		\$ 11.536,50	\$ 14.420,63	\$ 18.025,79	\$ 22.532,24	\$ 28.165,29
(-) Intereses		\$ 22.447,32	\$ 20.897,79	\$ 19.224,30	\$ 17.416,93	\$ 15.464,97
<b>(=) Utilidad antes de tasas</b>		\$ 10.910,81	\$ 6.477,16	\$ 1.198,51	\$ 5.115,30	\$ 12.700,32
(-) Participación Trabajadores		\$ 0,00	\$ 3.447,85	\$ 6.802,12	\$ 20.998,99	\$ 40.367,47
<b>(=) Utilidad antes de tasas</b>		\$ 10.910,81	\$ 9.925,01	\$ 8.000,63	\$ 15.883,68	\$ 27.667,15
(-) Tasas		\$ 0,00	\$ 5.815,38	\$ 8.479,98	\$ 26.178,74	\$ 50.324,78
<b>(=) Flujo Neto de Caja</b>	(\$ 561.182,88)	\$ 10.910,81	\$ 15.740,39	\$ 16.480,61	\$ 42.062,42	\$ 77.991,93

Fuente: La autora.

Elaboración: La autora.

Por su parte en el último escenario, conocido como la opción pesimista tenemos que si los ingresos aumentan en un 25 % al igual que los egresos, la empresa no tendría rentabilidad y el negocio es poco probable de realizar. Esto tomando en cuenta valores excesivos en los gastos, los cuales no deberían de aumentar en un porcentaje no mayor al 15 % para que el negocio sea rentable.

## 6.16 Punto de Equilibrio e Índices Financieros

Tabla 45 Punto de Equilibrio, VAN, TIR

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>			
<b>Costo Fijo</b>		<b>Costo Variable</b>	
Gastos Administrativos	\$ 77.499,51	Materia Prima	\$ 15.198,14
Gastos de Venta	48.000,00	Unid. Producidas	154800
<b>Total</b>	<b>\$ 125.499,51</b>	<b>Total</b>	<b>0,10</b>
COSTO FIJOS	\$ 10.458,29		
COSTO VARIABLE	0,10		
PRECIO VENTA	\$ 9,50		
<b>Punto Equilibrio</b>	<b>1112,37</b>		

<b>Tasa de Descuento (Banco Central)</b>	
<b>Inflación</b>	3,23 %
<b>Tasa interés pasiva</b>	5,11 %

<b>Tasa de Descuento</b>	8,34 %	
<b>VAN</b>	\$ 227.355,86	
<b>TIR</b>	17 %	
<b>Payback</b>	4 años	2 meses

Fuente: La autora.

Elaboración: La autora.

El punto de equilibrio es el nivel de ventas que permite cubrir los costos, tanto fijos como variables. Dicho de manera más simple, es el punto en el cual la empresa no gana ni pierde, por tanto en este caso se utiliza la fórmula

Punto de Equilibrio= Costo Fijo / 1-(Costo Variable Unitario/ Precio Venta unitario)

Con este cálculo se obtiene el punto de equilibrio en ingresos, es decir, en pesos se necesitan vender de 1112.37 paquetes para cubrir los costos.

Por otra parte el TIR<sup>9</sup> muestra un retorno por la inversión del capital de 17 %; que es un nivel de rentabilidad asequible que se espera obtener a lo largo de los años de ejecución del proyecto. En otras palabras el TIR obtenido es la tasa de rentabilidad promedio anual que el proyecto paga a los inversionistas por invertir sus fondos.

Adicionalmente, el VAN<sup>10</sup> permite calcular el valor presente de un determinado número de flujos de caja futuros en este caso 5 años, originados por la inversión. Según fórmula el VAN es de \$ 227.355,86 lo que significa un valor positivo o rentabilidad.

Así también el Payback es el tiempo en que se recupera la inversión inicial se calcula mediante el flujo de caja; según el proyecto se recupera la inversión en 4 años y 2 meses aproximadamente.

---

<sup>9</sup> TIR: Tasa Interna de Retorno

<sup>10</sup> VAN: Valor Actual Neto

## 6.17 Balance General Projectado

Tabla 46 Balance General

<b>ACTIVO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b><u>ACTIVO CORRIENTE</u></b>					
Bancos	\$ -10.910,81	\$ 13.674,88	\$ 125.213,96	\$ 332.173,28	\$ 667.769,98
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ -10.910,81</b>	<b>\$ 13.674,88</b>	<b>\$ 125.213,96</b>	<b>\$ 332.173,28</b>	<b>\$ 667.769,98</b>
<b><u>ACTIVOS FIJOS</u></b>					
Muebles y Enseres	\$ 1.359,96	\$ 1.359,96	\$ 1.359,96	\$ 1.359,96	\$ 1.359,96
Maquinarias	\$ 24.435,00	\$ 24.435,00	\$ 24.435,00	\$ 24.435,00	\$ 24.435,00
Equipos de Computo	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
Terreno	\$ 440.000,00	\$ 440.000,00	\$ 440.000,00	\$ 440.000,00	\$ 440.000,00
Instalaciones	\$ 5.050,00	\$ 5.050,00	\$ 5.050,00	\$ 5.050,00	\$ 5.050,00
Equipos de Oficina	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Vehículo	\$ 34.000,00	\$ 34.000,00	\$ 34.000,00	\$ 34.000,00	\$ 34.000,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ -9.220,05	\$ -18.440,09	\$ -27.660,14	\$ -36.880,19	\$ -46.100,23
<b>TOTAL ACTIVO FIJOS</b>	<b>\$ 498.024,91</b>	<b>\$ 488.804,87</b>	<b>\$ 479.584,82</b>	<b>\$ 470.364,77</b>	<b>\$ 461.144,73</b>
<b><u>ACTIVOS DIFERIDOS</u></b>					
Gastos de constitución	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Amortización Acumulada	\$ -200,00	\$ -400,00	\$ -600,00	\$ -800,00	\$ -1.000,00
<b>TOTAL ACTIVOS DIFERIDO</b>	<b>\$ 800,00</b>	<b>\$ 600,00</b>	<b>\$ 400,00</b>	<b>\$ 200,00</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 487.914,10</b>	<b>\$ 503.079,74</b>	<b>\$ 605.198,78</b>	<b>\$ 802.738,06</b>	<b>\$ 1.128.914,71</b>
<b><u>PASIVOS</u></b>					
<b><u>PASIVO CORRIENTES</u></b>					
Préstamos Bancarios	\$ 261.222,36	\$ 240.303,75	\$ 217.711,65	\$ 193.312,18	\$ 166.960,75
Participación trabajadores por pagar	\$ 3.447,85	\$ 6.802,12	\$ 20.998,99	\$ 40.367,47	\$ 66.483,05
Impuesto a la renta por pagar	\$ 5.815,38	\$ 8.479,98	\$ 26.178,74	\$ 50.324,78	\$ 82.882,20
<b>TOTAL PASIVO CORRIENTES</b>	<b>\$ 270.485,59</b>	<b>\$ 255.585,85</b>	<b>\$ 264.889,37</b>	<b>\$ 284.004,43</b>	<b>\$ 316.326,00</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 270.485,59</b>	<b>\$ 255.585,85</b>	<b>\$ 264.889,37</b>	<b>\$ 284.004,43</b>	<b>\$ 316.326,00</b>
<b><u>PATRIMONIO</u></b>					
Capital Social	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Aportación de Accionistas	\$ 248.477,44	\$ 248.477,44	\$ 248.477,44	\$ 248.477,44	\$ 248.477,44
Utilidades del Ejercicio	\$ -35.473,82	\$ -8.414,97	\$ 75.118,99	\$ 235.700,79	\$ 500.170,35
Reserva legal	\$ 3.224,89	\$ 6.231,43	\$ 15.512,98	\$ 33.355,40	\$ 62.740,91
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 217.428,51</b>	<b>\$ 247.493,90</b>	<b>\$ 340.309,41</b>	<b>\$ 518.733,63</b>	<b>\$ 812.588,70</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 487.914,10</b>	<b>\$ 503.079,74</b>	<b>\$ 605.198,78</b>	<b>\$ 802.738,06</b>	<b>\$ 1.128.914,71</b>

Fuente: La autora.

Elaboración: La autora.

El balance general proyectado muestra en tres partes importantes como se encuentra la empresa. En primer lugar en los activos podemos notar el dinero en bancos perteneciente a la empresa además de los materiales, terrenos y otros bienes que pertenecen a la empresa. Por su parte en el pasivo se encuentran las deudas e interés por pagar debido al préstamo bancario realizado al inicio de la actividad económica para poner en marcha el proyecto; también podemos encontrar los valores pendientes de pago a realizarse en años posteriores. Y finalmente el patrimonio indica el capital con el que se inicio las actividades, las aportaciones de los socios y las utilidades arrastradas del estado de resultado.

Como revela este Balance General al término del primer año la empresa no tiene buenos resultados debido a que no cuenta con liquidez a corto plazo. Pero a partir del segundo año la compañía puede establecerse con normalidad y se puede ver reflejada la estabilidad económica en la actividad comercial. Así como puede distribuir sus utilidades o reinvertir las ganancias para incrementar el mercado, incursionando en nuevas frutas, vegetales y hortalizas encurtidas. También se puede dar apertura a una nueva cartera de clientes, mediante exportaciones a otros mercados internacionales.

## **6.18 Razones Financieras**

Las razones financieras son indicadores que permiten a la empresa cuantificar la realidad económica y financiera. Comenzando con las razones de liquidez la cual muestra la solvencia disponible que tiene la empresa. El primer año la empresa pasa por problemas de liquidez los cuales se resuelven con el incremento en los ingresos para el segundo año en adelante.

Así también estos índices muestran la capacidad de cumplimiento de las obligaciones financieras con los proveedores, empleados y la capacidad de



renovar tecnología. Este índice indica que la compañía posee el dinero suficiente para cubrir nuestros gastos la razón de endeudamiento; la misma que muestra que la empresa en lo que al poder de adquirir deudas se encuentra en un nivel estable. Estos índices van enfocados a los gastos que la empresa tiene y su capacidad a cubrirlos ya sean por pagos de intereses en préstamos, así como la capacidad que tiene la compañía de cubrir los riesgos financieros.

La rentabilidad según su razón financiera mide la capacidad de inversión que tiene la empresa para generar nuevos proyectos o para expandir la empresa y duplicar ganancias; en este caso muestra que la empresa en el primer año de actividad económica no es tan rentable, pero a partir del segundo año su rentabilidad aumenta significativamente. Lo cual indica que el proyecto en el largo plazo es rentable.

**Tabla 47 Razones Financieras de Liquidez y Endeudamiento**

RAZONES DE LIQUIDEZ		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>1.</b>	<b>LIQUIDEZ CORRIENTE</b>					
	ACTIVO CORRIENTE / PASIVO CORRIENTE	\$ -0,04	\$ 0,05	\$ 0,47	\$ 1,17	\$ 2,11
<b>2.</b>	<b>PRUEBA RÁPIDA (ÁCIDA)</b>					
	ACT. CORRIENTE - INVENTARIOS / PAS. CORRIENTE	\$ -0,04	\$ 0,05	\$ 0,47	\$ 1,17	\$ 2,11
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>1.</b>	<b>ÍNDICE DE ENDEUDAMIENTO</b>					
	TOTAL DE PASIVOS / TOTAL DE ACTIVOS	55,44%	50,80%	43,77%	35,38%	28,02%
<b>2.</b>	<b>RAZÓN DE LA CAPACIDAD DE PAGO DE INTERESES</b>					
	UTILIDAD ANTES DE INT E IMP. / INTERESES	-\$ 0,02	\$ 3,17	\$ 8,28	\$ 16,45	\$ 29,66

Fuente: La autora.

Elaboración: La autora.

Tabla 48 Razones Financieras de Rentabilidad

RAZONES DE RENTABILIDAD		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>1.</b>	<b>MARGEN DE UTILIDAD BRUTA</b>					
	UTILIDAD BRUTA / VENTAS	26,33%	34,15%	41,06%	47,18%	52,62%
<b>2.</b>	<b>MARGEN DE UTILIDAD OPERATIVA</b>					
	UTILIDAD OPERATIVA / VENTAS	-0,11%	10,44%	19,78%	28,05%	35,40%
<b>3.</b>	<b>MARGEN DE UTILIDAD NETA</b>					
	UTILIDAD NETA / VENTAS	-7,10%	4,27%	10,38%	15,72%	20,41%
<b>4.</b>	<b>GANANCIAS POR ACCIÓN</b>					
	UTILIDAD NETA/ N° DE ACCIONES EN CIRCULACIÓN	-\$ 591,23	\$ 450,98	\$ 1.392,23	\$ 2.676,36	\$ 4.407,83
<b>5.</b>	<b>RENDIMIENTO SOBRE LOS ACTIVOS TOTALES</b>					
	UTILIDAD NETA / TOTAL DE ACTIVOS	-7,27%	5,38%	13,80%	20,00%	23,43%
<b>6.</b>	<b>RETORNO SOBRE EL PATRIMONIO</b>					
	UTILIDAD NETA / CAPITAL	-2956,15%	2254,90%	6961,16%	13381,82%	22039,13%

Fuente: La autora.

Elaboración: La autora.

## CONCLUSIONES

Después de ver terminado el análisis de la exportación de los frutos cítricos marinados como el mango, las grosellas y las ciruelas Al mercado de Miami, USA, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Mediante la investigación se demostró que el mercado de las frutas cítricas marinadas en el mercado de Miami es factible debido al alto índice de consumismo de productos encurtidos.
- El proceso productivo y el desarrollo del proyecto son viables debido a que con las maquinarias industriales permites que se eleve la producción y por consiguiente las ventas.
- En el mercado estadounidense existen varios productos que compiten de manera indirecta con este proyecto y con la similitud de los productos los cuales pueden llegar hacer productos sustitutos.
- Con el estudio financiero se pudo observar la viabilidad del proyecto, debido a que la tasa de retorno tiene un valor elevado, lo cual disminuye las probabilidades de perdidas.

## RECOMENDACIONES

- ✓ Citrix Fruit S.A. deberá en el futuro efectuar un cambio de presentación con respecto al empaque, es decir exportar los frutos cítricos marinados en embases de vidrio. Para mejorar la imagen y para mayor conservación de las frutas.
- ✓ Se debería estudiar la aceptación en países europeos, debido a que este producto es enfocado mas para los emigrantes de Ecuador que degustan de los encurtidos, tal y como se consume en su país.
- ✓ Tener un equilibrio entre los meses de producción altos y bajos de las diferentes frutas, con el fin de exportar cada fruta en su época de apogeo para no sufrir de los costos elevados por escases.
- ✓ Invertir en un mayor porcentaje para la adquisición de maquinaria industrializada, la misma que va a permitir elevar la productividad y a su vez aumentar la competitividad.

## BIBLIOGRAFÍA

Aduana del Ecuador SENA. (12 de 2012). *Aduana del Ecuador SENA*.

Obtenido de [http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_export.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action)

ANACFS. (9 de 11 de 2011). *MetroEcuador*. Obtenido de

<http://www.metroecuador.com.ec/17530-las-ciruelas-endulzan-paladares.html>

Arecetas. (2002). *Arecetas*. Obtenido de

<http://www.arecetas.com/grosellas/index.html>

Botanical. (1999). *Botanical*. Obtenido de [http://www.botanical-](http://www.botanical-online.com/ciruelas.htm)

[online.com/ciruelas.htm](http://www.botanical-online.com/ciruelas.htm)

Cancio, W. (28 de 09 de 1998). *IPS Agencia de Noticias*. Obtenido de

<http://www.ipsnoticias.net/1998/09/estados-unidos-diversidad-cultural-de-miami-enfrenta-desafios/>

Caorsi, L. (2002). *Fundacion Eroski*. Obtenido de

<http://frutas.consumer.es/documentos/frescas/ciruela/intro.php>

Caorsi, L. (2002). *Fundacion Eroski*. Obtenido de

<http://frutas.consumer.es/documentos/frescas/grosella/intro.php>

Caribbean News Digital. (04 de 03 de 2013). *Caribbean News Digital*. Obtenido

de <http://www.caribbeannewsdigital.com/noticia/el-mango.-sus-propiedades-nutritivas-y-los-beneficios-para-la-salu>

Cole, M. (2013). *eHow en Español*. Obtenido de

[http://www.ehowenespanol.com/epoca-del-ano-puedes-recolectar-grosellas-info\\_254825/](http://www.ehowenespanol.com/epoca-del-ano-puedes-recolectar-grosellas-info_254825/)

Diario El Comercio. (11 de 12 de 2010). *El Comercio*. Obtenido de [http://www.elcomercio.ec/agromar/Ahora-epoca-comer-hobociruela\\_0\\_388161224.html](http://www.elcomercio.ec/agromar/Ahora-epoca-comer-hobociruela_0_388161224.html)

Diario Extra. (09 de 11 de 2010). Obtenido de <http://www.extra.ec/ediciones/2010/11/09/especial/juntas-del-pacifico--capital-de--la-ciruela-en--ecuador/>

Diario La Hora. (20 de 11 de 2011). *Diario La Hora*. Obtenido de [http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101238790/-1/Productores\\_de\\_mango\\_llegan\\_a\\_su\\_madurez.html#.Uq4GEdLuKSp](http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101238790/-1/Productores_de_mango_llegan_a_su_madurez.html#.Uq4GEdLuKSp)

Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones. (Marzo de 2012). *ProEcuador*. Obtenido de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC\\_AS2012\\_FRUTAS.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/11/PROEC_AS2012_FRUTAS.pdf)

Duque, G. (04 de 07 de 2013). *Portafolio.co*. Obtenido de <http://www.portafolio.co/negocios/consumo-mango-estados-unidos>

El Emprendedor. (19 de 12 de 2012). *El Emprendedor*. Obtenido de <http://www.elemprendedor.ec/como-obtener-el-permiso-de-funcionamiento/>

Eroski Consumer. (08 de 2007). *Eroski Consumer*. Obtenido de <http://frutas.consumer.es/documentos/frescas/grosella/intro.php>

Fundacion Eroski. (10 de 05 de 2007). *Eroski Consumer*. Obtenido de [http://www.consumer.es/web/es/alimentacion/en\\_la\\_cocina/trucos\\_y\\_secretos/2007/05/10/162417.php](http://www.consumer.es/web/es/alimentacion/en_la_cocina/trucos_y_secretos/2007/05/10/162417.php)

Fundación Mango Ecuador. (24 de 11 de 2010). *Fundación Mango Ecuador*. Obtenido de <http://www.mangoecuador.org/fundacion-mango-ecuador.php>

Fundación Mango Ecuador. (2010). *Fundación Mango Ecuador*. Obtenido de <http://www.mangoecuador.org/variedades-mango.php>

Global Industry Analysis. (2001). *Pickles- A Global Strategy Business Report*.  
Obtenido de [http://www.strategyr.com/Pickles\\_Market\\_Report.asp](http://www.strategyr.com/Pickles_Market_Report.asp)

Hugo. (18 de 05 de 2011). *Huertalis*. Obtenido de  
<http://www.huertalis.es/blog/valor-nutricional-de-las-ciruelas/>

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (30 de 11 de 2001). *IESS*. Obtenido  
de <http://www.iess.gob.ec/es/web/empleador/registro-de-empleador>

Klara, R. (3 de 10 de 2013). *AddWeek*. Obtenido de  
<http://www.adweek.com/news/advertising-branding/even-pickles-are-embracing-farmers-market-movement-152764>

Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil. (2014). *Alcaldía de Guayaquil*.  
Obtenido de <https://tramites2.guayaquil.gob.ec/STL10002.aspx>

Nova Ágora, S. (2013). *Frutas & Hortalizas*. Obtenido de <http://www.frutas-hortalizas.com/Frutas/Tipos-variedades-Ciruela.html>

Postcosecha. (20 de 04 de 2011). *Slideshare*. Obtenido de  
<http://www.slideshare.net/postcosecha/6-encurtidos>

Sabelotodo. (2012). *Sabelotodo*. Obtenido de  
<http://www.sabelotodo.org/agricultura/frutales/grosella.html>

San Jose, C. (3 de 3 de 2008). *PRWEB*. Obtenido de  
[http://www.prweb.com/releases/finished\\_pickles/unfinished\\_pickles/prweb737054.htm](http://www.prweb.com/releases/finished_pickles/unfinished_pickles/prweb737054.htm)

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Buen Vivir Plan Nacional*. Obtenido de <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva>

United States Department of Agriculture. (22 de 07 de 2013). *United States Department of Agriculture*. Obtenido de <http://www.ers.usda.gov/data-products/agricultural-outlook-statistical-indicators.aspx#.U3KNGoF5NOg>

USA.gov. (12 de 06 de 2014). Obtenido de <http://www.usa.gov/Citizen/Topics/History-Culture.shtml>

World Population Review. (15 de 03 de 2014). *World Population Review*. Obtenido de <http://worldpopulationreview.com/us-cities/miami-population/>

World Population Statistics. (10 de 08 de 2013). *World Population Statistics*. Obtenido de <http://www.worldpopulationstatistics.com/florida-population-2013/>



## GLOSARIO

**Mulgoba:** Especie de mango originaria de la India llevada a Estados Unidos en 1889. Son frutos injertos que varían según su color, tamaño y sabor.

**Sandersha/ Brooks:** Especie de mango originaria de Florida. Semilla extraída desde Jamaica en 1926. Se creó mediante la fusión de las semillas o injertos entre otras especies. Se caracteriza por ser un fruto grande y se diferencia de los demás porque contiene un pequeño pico lateral.

**Tiamina:** Es una vitamina, también llamada vitamina B. La vitamina B1 se encuentra en muchos alimentos como la levadura, los granos de cereales, los frijoles, las nueces y la carne.

**Riboflavina:** Conocida como la vitamina B2, Es hidrosoluble, lo cual significa que no se almacena en el cuerpo. Trabaja con otras vitaminas del complejo B y es importante para el crecimiento corporal y la producción de glóbulos rojos e igualmente ayuda en la liberación de energía de los carbohidratos.

**Acido ascórbico:** Es un cristal incoloro e inodoro, sólido soluble en agua con un sabor ácido. Es un ácido orgánico, con propiedades antioxidantes proveniente del azúcar.

**Antioxidantes:** Son una molécula capaz de retardar o prevenir la oxidación de otras moléculas. La oxidación es una reacción química de transferencia de electrones de una sustancia a un agente oxidante.

**Tricarboxílico:** Es un tipo de ácido orgánico caracterizado por tener tres grupos funcionales carboxilos (-COOH) en su composición. Un ejemplo es el ácido cítrico.

**Ácido sórbico:** Es un compuesto orgánico natural empleado como conservante alimentario en su forma de sales minerales.

**Freezer Container:** Contenedor refrigerado, es un contenedor intermodal, que se utiliza en el transporte intermodal de mercancías que está refrigerada para el transporte de temperatura de la carga sensible.

## **ANEXOS**

### **Apertura de Cuenta de Integración de Capital Banco ProCredit**

Banco ProCredit ofrece la cuenta de Integración de Capital para la constitución de una compañía, la misma que se apertura con las aportaciones de los socios o accionistas de acuerdo a la Ley, permitiéndole a las compañías obtener así la personería jurídica.

#### **Beneficios:**

Ofrece un sólido respaldo internacional para los ahorros

Amplia gama de servicios financieros para las empresas.

#### **Documentación Requerida:**

- Minuta de Constitución firmada por un abogado.
- Cuadro de integración de capital.
- Carta de aprobación del nombre, emitido por la Superintendencia de Compañías.
- Copias de cédulas y certificados de votación notariados de los socios o accionistas.
- Comprobante de pago de servicios básicos recientes.

## **Realización de Escritura Pública**


Según la superintendencia de Compañías del Ecuador, para constituir una empresa se requiere que sea mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La escritura de fundación contendrá:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
7. El domicilio de la compañía;
8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
11. Las normas de reparto de utilidades;
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,
13. La forma de proceder a la designación de liquidadores.

## **Afiliación a la Cámara de Comercio de Guayaquil (Personas Jurídicas)**

- Solicitud para nuevo socio CCG firmado por quien ejerza la representación legal. (Solicitud PDF).
- Copia de cédula del Representante Legal y certificado de votación. (clara y legible).
- Copia del RUC. (Para su obtención puede tramitarlo personalmente en el SRI o en la CCG).
- 1 Foto tamaño carnet, del representante legal.
- Certificado de Cumplimiento de Obligaciones emitido por la Superintendencia de Compañías. Si está pendiente la obtención del certificado entregar:
  - Copia de la Escritura de constitución de la compañía. El trámite de constitución de la compañía también puede efectuarlo a través de la Cámara de Comercio de Guayaquil.
  - Copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías.
  - Copia de la Razón de Inscripción de constitución de la compañía en el Registro Mercantil. (Aplica para compañías constituidas).
  - Copia del nombramiento del Representante Legal (Aplica para compañías constituidas).
- Formulario Autorización de Débito Bancario firmada por el Socio y la firma de quien se constituye como Firma Autorizada.

**Ilustración 1 Carta de Autorización de Débito Bancario**

	<b>AUTORIZACIÓN DE DÉBITO BANCARIO</b>	<b>Código:</b> REG 2.1.3-4
---	--	-------------------------------

Guayaquil, \_\_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 20\_\_.

Señores \_\_\_\_\_

Persona Natural

Persona Jurídica

Ciudad.- \_\_\_\_\_

Yo, \_\_\_\_\_, con C.I. # \_\_\_\_\_ en mi calidad de \_\_\_\_\_ de la Empresa \_\_\_\_\_, con RUC # \_\_\_\_\_ (cargo) autorizo a que se debite mensualmente la cuota de membresía por el valor de \$ \_\_\_\_\_ y/o la cuota de local protegido por el valor de \$ \_\_\_\_\_ con el código de Socio # \_\_\_\_\_ de la Cámara de Comercio de Guayaquil de la:

<input type="checkbox"/> CUENTA CORRIENTE	<input type="checkbox"/> CUENTA AHORROS
Número <input style="width:100%;" type="text"/>	
Banco	
<input type="checkbox"/> BOLIVARIANO	<input type="checkbox"/> PICHINCHA
<input type="checkbox"/> GUAYAQUIL	<input type="checkbox"/> PRODUBANCO
<input type="checkbox"/> PACIFICO	

<input type="checkbox"/> TARJETA DE CREDITO	
Número <input style="width:100%;" type="text"/>	
Tipo Tarjeta	
<input type="checkbox"/> AMERICAN EXPRESS	<input type="checkbox"/> VISA
<input type="checkbox"/> DINERS CLUB	<input type="checkbox"/> VISA BANKARD
<input type="checkbox"/> MASTERCARD	
Banco Emisor: <input style="width:150px;" type="text"/>	Fecha Caducidad: <input style="width:150px;" type="text"/>

Para que este valor sea acreditado a la cuenta corriente No....., que la Cámara de Comercio de Guayaquil, mantiene con el Banco \_\_\_\_\_. Me comprometo, en tal razón a pagar el valor de la cuota en el período correspondiente. Así mismo expresamente me obligo a no revocar la presente autorización sin el previo consentimiento de la Cámara de Comercio de Guayaquil, por lo que libero de toda responsabilidad al Grupo Financiero del Banco \_\_\_\_\_, por los débitos o cargos efectuados en base a la presente autorización. En el caso de pérdida o robo o cualquier circunstancia por la cual fuere cambiado el número de la tarjeta de crédito, del número de la cuenta de ahorros o corriente, antes mencionados, serán reportados en forma inmediata a la Cámara de Comercio de Guayaquil, para formalizar la nueva autorización de débito. Eximo al Grupo Financiero Banco \_\_\_\_\_ de cualquier responsabilidad por las cuotas reportadas por la Cámara de Comercio de Guayaquil, por lo cual desde ya renuncio a cualquier acción legal en contra de la institución.

Atentamente,

FIRMA Y SELLO (Si esta registrado en el Banco) FIRMA AUTORIZADA	FIRMA REPRESENTANTE LEGAL
--	---------------------------

**Nota:** Si es **Persona Natural** no se cumplimenta los campos **Cargo, Empresa, RUC.**

**Fuente:** Banco ProCredit.

**Elaboración:** La autora.

## Obtención del Registro Único de Contribuyentes

Para que el servicio de rentas internas le emita un Numero RUC a una empresa se requiere:

- Presentar los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal o apoderado).
- Original y copia, o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil, a excepción de los Fideicomisos Mercantiles y Fondos de Inversión.
- Original y copia de las hojas de datos generales otorgada por la Superintendencia de Compañías (Datos generales, Actos jurídicos y Accionistas).
- Original y copia, o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
- Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial.
- Extranjeros Residentes: Original y copia a color de la cédula vigente.
- Extranjeros no Residentes: Original y copia a color del pasaporte y tipo de visa vigente. Se acepta cualquier tipo de visa vigente, excepto la que corresponda a transeúntes (12-X).
- Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas

y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.

- Ubicación de la matriz y establecimientos, se presentará cualquiera de los siguientes: Original y copia de la planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de los últimos tres meses.
- Original y copia del estado de cuenta bancario, de servicio de televisión pagada, de telefonía celular, de tarjeta de crédito. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal, accionista o socio y corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Original y copia del comprobante de pago del impuesto predial. Debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior. Original y copia del contrato de arrendamiento y comprobante de venta válido emitido por el arrendador. El contrato de arriendo debe constar a nombre de la sociedad, representante legal o accionistas y puede estar o no vigente a la fecha de inscripción. El comprobante de venta debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.
- Original y copia de la Escritura de Propiedad o de Compra venta del inmueble, debidamente inscrito en el Registro de la Propiedad; o




certificado emitido por el registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.


- Original y copia de la Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado. La certificación deberá encontrarse emitida a favor de la sociedad, representante legal o accionistas.

Se presentará como requisito adicional una Carta de cesión de uso gratuito del inmueble cuando los documentos detallados anteriormente no se encuentren a nombre de la sociedad, representante legal, accionistas o de algún familiar cercano como padres, hermanos e hijos. Se deberá adjuntar copia de la cédula del cedente. Este requisito no aplica para estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito.

## Ilustración 2 Formulario RUC01-A

 ...le hace bien al país!	REPUBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS <b>FORMULARIO RUC 01-A</b>	INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN GENERAL DEL REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES - RUC SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO	ORIGINAL: SRI www.sri.gob.ec		
<b>A.- IDENTIFICACION</b>					
01	RUC				
02	RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL				
03	NOMBRE DE FANTASÍA O COMERCIAL				
Estimado Contribuyente, seleccione el trámite que va a realizar:					
<input type="radio"/> <b>INSCRIPCIÓN</b>		<input type="radio"/> <b>ACTUALIZACIÓN</b>			
* Si el trámite corresponde a Inscripción deberá marcar con una X y llenar todo el formulario. * No es necesario marcar con una X todas las secciones		* Si el trámite corresponde a Actualización, deberá marcar con una X adicionalmente en cada sección cuya información requiera actualizar y llenar todos los campos de dicha sección.			
<input type="checkbox"/> <b>B.- RAZÓN SOCIAL - NOMBRE DE FANTASÍA O COMERCIAL</b> (De conformidad a lo señalado en la sección A.- IDENTIFICACION) Sólo marcar en caso de ACTUALIZACIÓN					
<input type="checkbox"/> <b>C.- DATOS DE CONSTITUCIÓN DE LA SOCIEDAD</b>					
FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES (DD/MM/AAAAA)					
04	dia	mes	año		
<input type="checkbox"/> <b>D.- ORIGEN DE LA SOCIEDAD</b> (distinto a Constitución, cuando corresponda)					
ORIGEN (Elija una opción)					
05	FUSIÓN	<input type="radio"/>	06 ESCISIÓN <input type="radio"/>		
<input type="checkbox"/> <b>E.- DATOS DEL CONTADOR</b>					
07	RUC CONTADOR	08	NOMBRE DEL CONTADOR		
<input type="checkbox"/> <b>F.- IDENTIFICACION Y UBICACIÓN DEL DOMICILIO DEL REPRESENTANTE LEGAL</b>					
09 APELLIDOS Y NOMBRES O RAZÓN SOCIAL					
10	NACIONALIDAD	11	CI, RUC O PASAPORTE		
		12	TIPO DE VISA (EXTRANJERO)		
13	PROVINCIA	14	CANTÓN		
15	PARRROQUIA	16	CALLE		
17	NÚMERO	18	INTERSECCIÓN		
19 REFERENCIA					
20		21	TELÉFONO (CELULAR O CONVENCIONAL)		
		CORREO ELECTRÓNICO			
<input type="checkbox"/> <b>G.- UBICACION DE LA SOCIEDAD (MATRIZ)</b>					
22		23	PROVINCIA		
		24	CANTÓN		
		25	PARRROQUIA		
26	CIUDADELA	27	BARRIO		
28	CALLE	29	NÚMERO		
30	INTERSECCIÓN	31	MANZANA		
32	EDIFICIO O CENTRO COMERCIAL	33	EDIFICIO		
34	CAMINO	35	CARRETERO		
36	REFERENCIA UBICACIÓN	37	BLOQUE		
<input type="checkbox"/> <b>H.- MEDIOS DE CONTACTO DE LA SOCIEDAD (MATRIZ)</b>					
40		41	TELÉFONO 1		
		42	TELÉFONO 2		
		43	TELÉFONO 3		
		44	FAX		
45		46	CELULAR		
		47	APARTADO POSTAL		
		48	CORREO ELECTRÓNICO		
		49	SITIO WEB		
<input type="checkbox"/> <b>I.- ACCIONISTAS, SOCIOS, PARTICIPES O BENEFICIARIOS</b>					
CEDULA / RUC / PASAPORTE	TIPO DE VISA	Apellidos y Nombres / Razón o Denominación Social	NACIONALIDAD	DOMICILIO TRIBUTARIO (PAIS O CIUDAD)	% PARTICIPACION
50					
51					
52					
53					
54					
55					
<input type="checkbox"/> <b>J.- ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL</b> (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)					
<input type="checkbox"/> <b>K.- ACTIVIDADES ECONOMICAS ADICIONALES (MATRIZ)</b> (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)					
Nota: Declaro que los datos contenidos en este formulario son exactos y verdaderos, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ella se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC). Este formulario no se aceptará con enmendaduras y tachones.		<b>FIRMAS DE RESPONSABILIDAD</b>			
		_____ FIRMA REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO			

### Ilustración 3 Formulario RUC01-B

 <b>SRI</b> <i>...le hace bien el país!</i>	REPUBLICA DEL ECUADOR SERVICIO DE RENTAS INTERNAS <b>FORMULARIO RUC 01-B</b>	INSCRIPCIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE LOS ESTABLECIMIENTOS DE LAS SOCIEDADES SECTOR PRIVADO Y PÚBLICO	ORIGINAL: SRI www.sri.gov.ec
--	--	---	---------------------------------

A- IDENTIFICACION									
11	RUC								
12	RAZÓN O DENOMINACIÓN SOCIAL								

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO										
									ESTABLECIMIENTO No.	
<input type="radio"/> <b>APERTURA</b> Deberá llenar todos los campos - * No es necesario marcar con una X todas las secciones										
<input type="radio"/> <b>ACTUALIZACIÓN</b> Deberá marcar con una X la sección a actualizar y llenar la información										
<input type="radio"/> <b>CIERRE</b> Deberá llenar sólo la fecha de cese de actividades económicas (Campo 32)										
<input type="checkbox"/> <b>NOMBRE COMERCIAL</b>										
34 NOMBRE COMERCIAL										
<input type="checkbox"/> <b>DATOS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO</b>										
35	PROVINCIA	36	CANTÓN	37	PARROQUIA					
38	CUADRÍCULA	39	BARRIO	10	CALLE	11	NÚMERO			
12	INTERSECCIÓN	13	MANZANA	14	CONJUNTO	15	BLOQUE			
16	EDIFICIO DENTRO COMERCIAL	17	Nº DE OFICINA	18	Nº DE PISO	19	CARRILERO	20		
21	CAMINO	22	REFERENCIA							
<input type="checkbox"/> <b>MEDIOS DE CONTACTO DEL ESTABLECIMIENTO</b>										
23	TELÉFONO 1	24	TELÉFONO 2	25	TELÉFONO 3	26	FAX			
27	SEÑAL	28	APARTADO POSTAL	29	CORREO ELECTRÓNICO	30	PÁGINA WEB			
<input type="checkbox"/> <b>FECHA DE INICIO / CESE / REINICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS</b>										
31	FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (DD/MM/AAAA)			32	FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (DD/MM/AAAA)			33	FECHA DE REINICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (DD/MM/AAAA)	
<input type="checkbox"/> <b>ACTIVIDADES ECONÓMICAS (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)</b>										

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO										
									ESTABLECIMIENTO No.	
<input type="radio"/> <b>APERTURA</b> Deberá llenar todos los campos - * No es necesario marcar con una X todas las secciones										
<input type="radio"/> <b>ACTUALIZACIÓN</b> Deberá marcar con una X la sección a actualizar y llenar la información										
<input type="radio"/> <b>CIERRE</b> Deberá llenar sólo la fecha de cese de actividades económicas (Campo 32)										
<input type="checkbox"/> <b>NOMBRE COMERCIAL</b>										
34 NOMBRE COMERCIAL										
<input type="checkbox"/> <b>DATOS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO</b>										
35	PROVINCIA	36	CANTÓN	37	PARROQUIA					
38	CUADRÍCULA	39	BARRIO	10	CALLE	11	NÚMERO			
12	INTERSECCIÓN	13	MANZANA	14	CONJUNTO	15	BLOQUE			
16	EDIFICIO DENTRO COMERCIAL	17	Nº DE OFICINA	18	Nº DE PISO	19	CARRILERO	20		
21	CAMINO	22	REFERENCIA							
<input type="checkbox"/> <b>MEDIOS DE CONTACTO DEL ESTABLECIMIENTO</b>										
23	TELÉFONO 1	24	TELÉFONO 2	25	TELÉFONO 3	26	FAX			
27	SEÑAL	28	APARTADO POSTAL	29	CORREO ELECTRÓNICO	30	PÁGINA WEB			
<input type="checkbox"/> <b>FECHA DE INICIO / CESE / REINICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS</b>										
31	FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (DD/MM/AAAA)			32	FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (DD/MM/AAAA)			33	FECHA DE REINICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (DD/MM/AAAA)	
<input type="checkbox"/> <b>ACTIVIDADES ECONÓMICAS (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)</b>										

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO										
									ESTABLECIMIENTO No.	
<input type="radio"/> <b>APERTURA</b> Deberá llenar todos los campos - * No es necesario marcar con una X todas las secciones										
<input type="radio"/> <b>ACTUALIZACIÓN</b> Deberá marcar con una X la sección a actualizar y llenar la información										
<input type="radio"/> <b>CIERRE</b> Deberá llenar sólo la fecha de cese de actividades económicas (Campo 32)										
<input type="checkbox"/> <b>NOMBRE COMERCIAL</b>										
34 NOMBRE COMERCIAL										
<input type="checkbox"/> <b>DATOS DE UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO</b>										
35	PROVINCIA	36	CANTÓN	37	PARROQUIA					
38	CUADRÍCULA	39	BARRIO	10	CALLE	11	NÚMERO			
12	INTERSECCIÓN	13	MANZANA	14	CONJUNTO	15	BLOQUE			
16	EDIFICIO DENTRO COMERCIAL	17	Nº DE OFICINA	18	Nº DE PISO	19	CARRILERO	20		
21	CAMINO	22	REFERENCIA							
<input type="checkbox"/> <b>MEDIOS DE CONTACTO DEL ESTABLECIMIENTO</b>										
23	TELÉFONO 1	24	TELÉFONO 2	25	TELÉFONO 3	26	FAX			
27	SEÑAL	28	APARTADO POSTAL	29	CORREO ELECTRÓNICO	30	PÁGINA WEB			
<input type="checkbox"/> <b>FECHA DE INICIO / CESE / REINICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS</b>										
31	FECHA DE INICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (DD/MM/AAAA)			32	FECHA DE CESE DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (DD/MM/AAAA)			33	FECHA DE REINICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (DD/MM/AAAA)	
<input type="checkbox"/> <b>ACTIVIDADES ECONÓMICAS (De conformidad con los documentos de creación presentado por el contribuyente)</b>										

<b>FIRMAS DE RESPONSABILIDAD</b>									
Nota: Declaro que los datos contenidos en este formulario son exactos y veraces, por lo que asumo la responsabilidad legal que de ello se deriven (Art. 97 Código Tributario, Art. 9 Ley del RUC y Art. 9 Reglamento para la Aplicación de la Ley del RUC). Este formulario no se aceptará con enmendaduras y tachones.									
FIRMA REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO									

## **Permisos de funcionamiento**

Los requisitos para obtener el permiso de funcionamiento son:

### **Permisos de funcionamiento de locales comerciales uso de suelo**

1. Pago de tasa de trámite.
2. Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo.

### **Patentes municipales**

Toda persona natural o jurídica que realice actividad comercial, industrial, financiera y de servicio, que opere habitualmente en el cantón Guayaquil, así como las que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

1. Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos.
2. RUC actualizado.
3. Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica.
4. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local.
5. Nombramiento del representante legal y copias de escritura de constitución, si es compañía. Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

## **Tasa de habilitación de locales comerciales, industriales y de servicios**

Documento que autoriza el funcionamiento del local comercial, previa inspección por parte del Municipio de Guayaquil.

1. Pago de tasa de trámite por Tasa de Habilidadación.
2. Llenar formulario de Tasa de Habilidadación.
3. Copia de predios urbanos (si no tuviere copia de los predios, procederá a entregar la tasa de trámite de legalización de terrenos o la hoja original del censo).
4. Original y copia de la patente de comerciante del año a tramitar.
5. Copia del RUC actualizado.
6. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local y de quien realiza el trámite.
7. Autorización a favor de quien realiza el trámite.
8. Croquis del lugar donde está ubicado el negocio.
9. Nombramiento del representante Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.

## **Certificado de seguridad del Benemérito Cuerpo de Bomberos**

Todo establecimiento está en la obligación de obtener el referido certificado, Para lo cual deberá adquirir un extintor o realizar la recarga anual. El tamaño y Número de extintores dependerá de las dimensiones del local. Requisitos:

1. Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente.
2. Fotocopia nítida del RUC actualizado.
3. Carta de autorización a favor de quien realiza trámite.

4. Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite.
5. Nombramiento del representante legal si es compañía.
6. Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año.
7. Señalar dimensiones del local.

En materia impositiva toda persona natural o jurídica está en la obligación de presentar y declarar sus impuestos, según las fechas señaladas por la entidad tributaria y son:

IMPUESTO A LA RENTA Sociedades 101 Anual.

IMPUESTO A LA RENTA Personas naturales 102 Anual.

RETENCIONES EN LA FUENTE 103 Mensual Conforme el noveno dígito del RUC.

IVA 104 Mensual. Conforme el noveno dígito del RUC Anticipo del impuesto a la Renta P. Naturales obligadas a llevar contabilidad y P. Jurídicas.

### **Impuesto a la Junta de Beneficencia**

El impuesto anual sobre el capital de operación, grava a toda persona natural o jurídica que ejerza actividades productivas en la provincia del Guayas y esté afiliado a una de las cámaras de la producción y afecta a las personas que operen con un capital que no supere los cinco mil dólares de los Estados Unidos de América, pagarán la cantidad de cien dólares; las que lo hagan con un capital superior a cinco mil dólares de los Estados Unidos de América y no superen los siete mil quinientos dólares, pagarán la cantidad de ciento cincuenta dólares; y, quienes operen con montos superiores a los siete mil quinientos dólares de los Estados Unidos de América, pagarán la cantidad de doscientos dólares y se pagado anualmente en forma directa en la tesorería de

la H. Junta de Beneficencia de Guayaquil dentro de los tres primeros meses de cada año.

## **Contribuciones**

Las compañías sujetas al control de la Superintendencia de Compañías deben pagar a ésta, el valor correspondiente al uno por mil de sus activos reales. El pago deberá realizarse hasta el 30 de septiembre del presente año, en la cuenta corriente rotativa de ingresos No. 6252753, denominada "Superintendencia de Compañías", en la casa matriz o en las sucursales o agencias del Banco de Guayaquil. Las compañías tienen activos reales iguales o inferiores veintitrés mil Quinientos dólares de los Estados Unidos de América (\$ 23,500.00), para el presente año, tendrán una contribución con tarifa cero dólares de los Estados Unidos de América.

## **Impuesto Hospital Universitario**

Es un impuesto por el cual todas las personas naturales y jurídicas que se dediquen a actividades comerciales, bancarias e industriales dentro de la jurisdicción del cantón Guayaquil, deben cancelar en favor del Hospital Universitario de la ciudad de Guayaquil. Se aplicará sobre el valor de los capitales propios declarados por los contribuyentes en sus respectivas matrículas comerciales o industriales. El pago del impuesto se hará obligatoriamente dentro del primer trimestre de cada año, en la Tesorería de la Universidad de Guayaquil.

**El costo del permiso de funcionamiento** varía dependiendo del tipo de local del que se trate. No obstante, según una nota publicada por diario El Universo estos son algunos costos promedios:

- Establecimientos médicos: Laboratorios de diagnóstico (\$ 28,80), farmacias (17,28) y veterinarias (5,76).
- Panaderías: Grandes industrias (\$ 86,40), medianas (57,60), pequeñas (34,56), artesanales (11,52) y microempresas (5,76).
- Restaurantes: Entre 11,52 y 288 dólares.

## **Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro – Agrocalidad**

DIRECCIÓN DE SANIDAD VEGETAL

SUBPROCESO DE ACCESO A MERCADOS INTERNACIONALES

### **1. Registro en Agrocalidad de operador de ornamentales u otros productos vegetales de exportación**

- Para verificar si el producto a exportar tiene requisitos:

#### **Seleccione:**

- 1) Lista Oficial de requisitos fitosanitarios para la exportación de productos vegetales producidos en el Ecuador.

También puede ingresar a:

- 2) Base de Producto-País.

Si el producto a exportar tiene los requisitos solicitados por el país importador, adjuntar la impresión del mismo.



En el caso de no tener los requisitos deberá iniciar el procedimiento para apertura de mercados en la Coordinación de Vigilancia Fitosanitaria de AGROCALIDAD en base a lo siguiente:

- Solicitud del exportador.

**NOTA:**

- AGROCALIDAD envía una carta a la ONPF del país importador sobre el interés de exportar productos, el tiempo de trámite es de 1 a 5 días.
  - El país importador solicita información técnica para iniciar el ARP, tiempo de trámite depende del país importador.
  - El país importador elabora el ARP y propone los requisitos fitosanitarios, tiempo de trámite depende del país importador.
  - AGROCALIDAD y la ONPF del país importador entra en proceso de negociación fitosanitaria y finalmente se establecen los requisitos, el tiempo de trámite depende del país.
- 
- Solicitud de registro de operador para exportación de plantas, productos vegetales y artículos reglamentados.
  - Copia del RUC actualizado.
  - Copia del nombramiento del representante legal de la empresa, inscrito en el registro mercantil (para personas jurídicas).
  - Copia de la constitución legal de la empresa (para personas jurídicas).
  - Copia de la cédula de identidad del representante legal.
  - Croquis de ubicación del lugar de producción (finca) o centro de acopio.

- Reporte favorable de inspección del lugar de producción o centro de acopio (obtenido en las coordinaciones provinciales de AGROCALIDAD).
- Comprobante personalizado de pago original de acuerdo a lo establecido en el tarifario vigente de AGROCALIDAD y según el producto a exporta.
- Duración aproximada del trámite: 30 días.
- El registro de operador de ornamentales y de mango tiene una vigencia de 1 año y de otros productos de exportación 2 años.

#### **VALORES A CANCELAR EN LAS ENTIDADES BANCARIAS**

<b>CÓDIGO</b>	<b>ITEM A PAGAR</b>	<b>VALOR (USD)</b>
16.01.002	Inscripción (registro) de operador de ornamentales	80,0
16.03.001	Registro de exportador de otros productos vegetales	30,0
16.03.002	Registro de Productor – Exportador de otros productos vegetales	15,0
16.03.003	Registro de Productor de otros productos vegetales	15,0
16.03.004	Inspección fitosanitaria por visita y al menos una vez al año (adicional para los códigos 16.03.001, 16.03.002, 16.03.003)	50,0
20.01.001	Registro de Productor de mango	15,0
20.01.002	Registro de Exportador de mango	80,0
20.01.003	Registro de empacadora y/o empresa de tratamiento de mango	50,0

<b>CÓDIGO</b>	<b>ITEM A PAGAR</b>	<b>VALOR (USD)</b>
20.01.04	Inspección en lugar de producción (finca) de mango	50,0
20.01.006	Inspección mensual de empacadora de tratamiento de mango	500,0
20.01.007	Inspección fitosanitaria mensual de empacadora sin tratamiento de mango	400,0

### **Renovación de registro en AGROCALIDAD**

- Solicitud de registro de operador para exportación de plantas, productos vegetales y artículos reglamentados
  - Copia del RUC.
  - Copia de la cédula de identidad del representante legal.
  - Copia de la constitución de la empresa o del representante legal de la misma (si hubiera cambios).
  - Comprobante personalizado de pago original de acuerdo al tarifario vigente de AGROCALIDAD y según el producto a exportar.
  - Duración aproximada del trámite: 8 días.
  -

### **VALORES A CANCELAR EN LAS ENTIDADES BANCARIAS**

<b>CÓDIGO</b>	<b>ITEM A PAGAR</b>	<b>VALOR (USD)</b>
16.01.002	Inscripción (registro) de operador de ornamentales	80,0
16.03.001	Registro de exportador de otros productos vegetales	30,0
16.03.002	Registro de Productor – Exportador	15,0

<b>CÓDIGO</b>	<b>ITEM A PAGAR</b>	<b>VALOR (USD)</b>
	de otros productos vegetales	
16.03.003	Registro de Productor de otros productos vegetales	15,0
16.03.004	Inspección fitosanitaria por visita y al menos una vez al año (adicional para los códigos 16.03.001, 16.03.002, 16.03.003)	50,0
20.01.001	Registro de Productor de mango	15,0
20.01.002	Registro de Exportador de mango	80,0
20.01.003	Registro de empacadora y/o empresa de tratamiento de mango	50,0
20.01.04	Inspección en lugar de producción (finca) de mango	50,0
20.01.006	Inspección mensual de empacadora de tratamiento de mango	500,0
20.01.007	Inspección fitosanitaria mensual de empacadora sin tratamiento de mango	400,0